

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

ANALYSE COMPARATIVE DU CONTENU DE LA COUVERTURE
MÉDIATIQUE DES SOMMETS DES AMÉRIQUES DE MIAMI, EN 1994
ET DE QUÉBEC, EN 2001

MÉMOIRE
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR
JULIE BOURBONNIÈRE

FÉVRIER 2007

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES TABLEAUX	iv
RÉSUMÉ.....	v
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I	
ANALYSER ET SITUER LES SOMMETS, LES ENJEUX ET LES ACTEURS.....	11
1.1 Simplifier la réalité	12
1.2 Construction et transmission des représentations	14
1.3 La représentation du réel par les médias	16
1.4 Les fonctions de la presse et le sens de son discours	18
1.5 La Culture et la mondialisation vues par les médias	20
1.6 Les Sommets : mondialisation et altermondialisation	21
1.7 Le rôle des journalistes et des médias de masse	24
1.8 Problématique, objectifs de recherche et hypothèses de recherche	27
CHAPITRE II	
CADRE DE RÉFÉRENCE THÉORIQUE ET CONCEPTUEL	31
2.1 Orientation et approche théorique	32
2.1.1 La communication politique et les médias	33
2.1.2 Les conséquences du déséquilibre des pouvoirs.....	36
2.2 Concepts et fondements de l'espace public	37
2.2.1 Les définitions de l'espace public	39
2.2.2 La communication politique et la construction des opinions publiques.....	40
2.3 Rôle des médias dans la fragmentation de l'espace public	44
2.3.1 Les approches événementielle et symbolique	44
2.3.2 L'espace public difficile d'accès	46
2.3.3 Le rôle des relations publiques dans l'espace public	49
2.4 Mise en agenda par les média	51
2.4.1 Les principes de base des Agendas	53
2.5 Mise en agenda des représentations dans l'espace public	54

CHAPITRE III	
CADRE DE RÉFÉRENCE MÉTHODOLOGIQUE	57
3.1 Technique utilisée	57
3.2 Instrument méthodologique : la grille de lecture	60
3.2.1 La définition du thème	61
3.2.2 L'analyse thématique qualitative	63
3.2.3 Les biais d'analyse	64
3.3 Le Corpus	65
3.3.1 Les journaux étudiés	66
3.3.2 Les types d'articles	66
3.3.3 Les périodes étudiées	67
CHAPITRE III	
ANALYSE ET INTERPRÉTATION DE L'UTILISATION DES	
REPRÉSENTATIONS JOURNALISTIQUES	69
4.1 PRÉSENTATION ET ANALYSE des articles	70
4.1.1 Biais de contenu	70
4.1.2 Biais thématique.....	71
4.1.3 Biais rhétorique	84
4.2 INTERPRÉTATION: mise en scène / construction du sens / <i>agenda-setting</i> et	
consentement populaire.....	88
4.2.1 Mise en scène/ Censure/ manipulation : procédés journalistique	
dans la presse américaine et canadienne	89
4.2.2 « Mise en scène » de la dynamique gouvernements / groupes	
de manifestants	97
4.2.3 Standardisation des représentations : la position américaine.....	101
4.2.4 Publicisation des idéologies : la position canadienne	104
4.2.5 Bref retour avant la conclusion	107
CONCLUSION	110
BIBLIOGRAPHIE.....	120

LA LISTE DES TABLEAUX

Tableau		Page
4.1	Total des thèmes recensés pour l'ensemble des articles de journaux publiés lors du Sommet des Amériques de Miami, en 1994.....	73
4.2	Total des thèmes recensés pour l'ensemble des articles de journaux publiés lors du Sommet des Amériques de Québec, en 2001	79

RÉSUMÉ

L'objectif de cette recherche est de comprendre pourquoi certaines représentations de la réalité sont répétées par les journalistes et de voir comment les acteurs politiques et les journalistes font usage des médias afin d'influencer l'opinion publique. Nous abordons la relation entre les médias et l'utilisation des représentations pour explorer la formation de l'opinion publique, la construction d'agenda et la publicisation des enjeux sociaux. Nous décortiquons quel genre de couverture médiatique offre la presse écrite américaine et canadienne, afin de déterminer de quelles manières les journalistes abordent les enjeux liés à la présence de groupes altermondialistes, quels thèmes ils utilisent et comment ils se servent des représentations, lors des Sommets des Amériques de Miami, en 1994 et de Québec, en 2001. Nous voulons étudier la transmission d'information par les journalistes dans l'espace public et déterminer quels intérêts sont susceptibles d'avoir influencé la publication d'articles. Selon les hypothèses, nous pensons que la presse canadienne représente de manière favorable les groupes altermondialistes et leurs actions, qu'elle voit comme des phénomènes légitimes de participation à la vie démocratique, alors que la presse américaine évoque de manière négative la présence de mouvements de protestation qu'elle considère comme des entraves à la libéralisation de l'économie mondiale. C'est dans cette optique que nous avons choisi de faire une analyse de contenu quantitative et comparative, de 197 articles de journaux produits par *Le Soleil*, le *Miami Herald*, le *New York Times* et le *Globe & Mail*. L'analyse des quatre quotidiens n'est donc pas venue confirmer l'existence de différences marquées dans la couverture de presse faite par chaque entreprise de presse, mais plutôt démontrer l'influence des politiciens sur le contenu et les thèmes traités. En ce sens, l'hypothèse initiale est confirmée, puisque la presse écrite canadienne propose un plus grand nombre d'articles traitant des enjeux culturels et sociaux liés aux 34 pays membres et aux groupes altermondialistes, tandis que la presse américaine expose principalement les intérêts économiques américains de pour la ZLÉA. Par conséquent, l'analyse a démontré que cette presse écrite présente une représentation négative des groupes issus du mouvement d'opposition à la doctrine économique néo-libérale.

Mots-clés : Communication, analyse de contenu, Sommet des Amériques, représentations publiques, journalisme.

INTRODUCTION

Depuis les années 1950, les bouleversements créés par les mouvements sociaux et politiques ont contribué à modifier le visage de la scène politique internationale et ont eu de nombreuses incidences sur les communautés nationales. À l'échelle planétaire, ces mouvements ont été poussés par ce qu'on appelle dorénavant, la mondialisation, un terme que Ricardo Pétrella¹ définit simplement par la «libéralisation des marchés, la réorganisation des entreprises et la privatisation des entreprises publiques». Dans sa phase actuelle, la mondialisation permet à de nouvelles cultures, économies et entreprises de s'étaler vers d'autres régions, grâce à une déterritorialisation des remparts de l'État moderne, et laisser place à une plus grande liberté dans les marchés économiques, qui sont situés hors de la sphère politique. Mais les répercussions de l'économie mondiale sur l'économie nationale et sur l'État sont intenses et plutôt controversées.

La dynamique internationale, déjà bien complexe, s'est intensifiée avec l'entrée en jeu de nouveaux acteurs et, parallèlement, l'apparition de nouveaux enjeux, qui les ont fait s'allier ou se confronter, pour le meilleur et pour le pire. Évidemment, tracer un portrait complet de cette situation demanderait la rédaction de nombreux mémoires, thèses et publications de tout genre, sans pour autant réussir à exposer les subtilités des problématiques spécifiques actuelles, liées à l'accroissement des moyens de diffusion et de communication. C'est pourquoi nous avons choisi de présenter certains aspects, qui, bien que superficiels, aideront à comprendre le travail des journalistes lors des grandes conférences politiques.

Cette introduction est une contextualisation historique du mouvement altermondialisation et de la relation qu'il entretient avec la presse nord-américaine pour la période 1994 à 2001. Il y sera d'abord question des contextes politiques et économiques. Suivra une analyse critique du contexte informationnel lié à l'arrivée des groupes altermondialistes sur la scène publique. De cette manière, nous mettrons l'accent sur divers aspects de chaque contexte qui ont permis de mettre en forme notre piste de réflexion, en lien

¹ Pétrella, R. 1997. Les écueils de la mondialisation, Montréal : Fides.

avec la problématique étudiée : la construction du sens par l'usage de représentations par les journalistes.

Afin de comprendre les rouages de la pratique journalistique, qui prévaut actuellement à l'échelle des Amériques, nous tenterons d'établir l'existence de règles de représentations liées aux enjeux de la mondialisation. Pour ne pas confondre communication et information, nous nous inspirerons du modèle d'analyse de contenu de Laurence Bardin². Celui-ci établit un rapport particulier entre l'émetteur et le récepteur et demande de répondre aux cinq questions suivantes : Qui parle? Pour dire quoi? Comment? À qui? Avec quel résultat? Grâce à ce schéma proposé en 1949 par Harold D. Lasswell, père fondateur de l'analyse de contenu, nous serons en mesure d'étudier les directions successives que peut prendre le contenu de différents messages, traitant du même sujet ou du même événement, mais dont l'origine de la source diverge d'une fois à l'autre.

Partant d'un point de vue des méthodes quantitatives de l'analyse de contenu, notre recherche permettra de décrire de manière générale, quelles ont été les tendances relatives à la couverture de l'événement et de préciser des similitudes entre les entreprises de presse comparée. Nous tenterons ainsi d'expliquer le comportement des médias et particulièrement celui des journalistes assignés à la couverture des grands rassemblements politiques et des activités qui les entourent. Nous apporterons également une lumière sur la fonction sociale que remplit dans son pays chaque journal analysé.

Nous élaborerons notre recherche de la façon suivante : en premier lieu, nous fournirons les définitions et les éléments théoriques nécessaires à la compréhension de la problématique et des conclusions de l'analyse de contenu effectuée pour chacun des journaux, en accordant une attention particulière au traitement journalistique des enjeux (thèmes) et préoccupations liées à la tenue des Sommets. En second lieu, nous recueillerons les tendances générales observées dans la presse écrite nord-américaine (4 quotidiens), les ressemblances et les différences, en évaluant le comportement adopté lors de la transmission d'une réalité

² Bardin, L. 1998. L'analyse de contenu. Paris : Presses de l'Université de France, coll. : «Le Psychologue», 291 pages.

internationale et l'incidence de la diversité nationale sur l'élaboration des contenus³, liés à la représentation du Mouvement altermondialisation (MAM) lors des Sommets des Amériques.

CONTEXTE POLITIQUE : les conférences régionales et les sommets sont à la mode

Entre le premier Sommet présidentiel de Punta Del Este, en 1956, qui a rassemblé 19 chefs d'État et le troisième Sommet des Amériques de Québec, au printemps 2001, qui a regroupé tous les leaders politiques d'États démocratiques des Amériques, exception faite de Cuba, plusieurs groupes issus de la société civile ont vu le jour et leur objectif premier est de contrer la nouvelle vague de mondialisation. Mais entre temps, les chefs de gouvernements démocratiquement élus de 34 pays de l'Amérique du Nord, de l'Amérique centrale, de l'Amérique du Sud et des Antilles se sont réunis à trois reprises afin de discuter du libre-échange des biens, des marchandises et des personnes; de mondialisation et d'alliance continentale.

Or, depuis la fin de la guerre froide, quelque chose a changé sur la scène politique internationale, dans ce que l'on appelle la sphère publique, et qui a laissé place à plus de contestation de l'idéologie néo-libérale : nous avons vu apparaître des rencontres régionales et mondiales de tout ordre, regroupant d'une part la société civile et de l'autre, les États membres d'institutions internationales. D'un côté on assiste à une profonde désaffection du pouvoir politique et à la mise au rancart de la promotion du bien commun, pour se trouver pris au milieu d'une opposition entre l'universalisme qui a animé l'ordre après-guerre et la sélectivité bilatérale, telle qu'on la rencontre dans les sommets économiques où se rassemblent les grands de ce monde, pour discuter des intérêts économiques nationaux et corporatifs de leur nation.

Les groupes désireux de faire respecter les intérêts collectifs se sont rassemblés à Québec sous la bannière altermondialiste en vue de proposer un nouveau projet de société, c'est-à-dire une autre mondialisation qui serait plus juste et plus équitable pour les entreprises

³ La Porte, T. et Sabada, T. 2003. «Le Sommet européen de Nice : entre globalisme et diversité», 2001 Bogues Globalisme et Pluralisme : Communication, démocratie et globalisation (sous la direction Armand Mattelart et Gaëtan Tremblay), Ste-Foy : Presse de l'Université Laval, p.228-245.

et les citoyens. C'est à partir d'appartenances multiples, culturelles comme ethniques, que des blocs hétérogènes se sont constitués pour d'abord souligner leur opposition à la globalisation et à la libéralisation sauvage des échanges et, ensuite, le manque d'ouverture et l'absence de consultations publiques de la part de dirigeants politiques impliqués dans le processus de mondialisation des économies à l'échelle régionale et globale.

CONTEXTE ÉCONOMIQUE : de l'ALÉNA au marché continental de la ZLÉA

Dans l'ombre de l'Europe unie, les régions des continents s'unissent et des blocs économiques se forment. On parle de tarifs douaniers, de commerce international et de protectionnisme. On ouvre les frontières. On discute d'échanges entre pays partageant une frontière commune d'abord, puis entre pays voisins, et finalement entre pays partageant la même planète. On prépare cette mondialisation, à la fois économique, politique, sociale et informationnelle, grâce à une espèce de culture mondialiste qui rapprochera les peuples de tous les pays : des citoyens parlant différentes langues, ayant différentes orientations politiques, appartenant à différentes classes sociales, ayant reçu une éducation différente et lisant des journaux différents.

La deuxième moitié du XX^e siècle s'est déroulée selon un modèle économique qui faisait que d'un côté on avait les États-Unis et leur énorme puissance économique et de l'autre, on retrouvait une vingtaine de pays pauvres, méfiants et impuissants, réduits à accepter les dollars de l'oncle Sam aux conditions de l'oncle Sam. Mais des changements politiques et économiques profonds sont survenus au cours de la décennie 1990, permettant au Mexique, au Chili, à l'Argentine, à l'Uruguay et au Brésil d'atteindre des niveaux de vie et de croissance économique, qui se comparent et dépassent même ceux de plusieurs pays de l'Europe de l'Est. Aujourd'hui, avec la création du Mercosur, de l'Accord de libre-échange nord américain (ALÉNA) et de l'Organisation des États Américains (OEA) la carte économique et politique du monde a changé et propulsé les alliances des pays qui, jusqu'ici, étaient restés muets, aux rangs d'acteurs internationaux.

Entré en vigueur le 1^{er} janvier 1994, l'ALÉNA engage depuis cette date le Canada, les États-Unis et le Mexique à respecter un ensemble de règles économiques communes. En plus

de libéraliser les échanges et la circulation des biens, des services et des personnes, l'accord régleme les investissements, la propriété intellectuelle, les barrières non-tarifaires et les marchés publics.

L'idée d'une Zone de libre-échange des Amériques (ZLÉA) est née lors du premier Sommet des Amériques qui a eu lieu à Miami, aux États-Unis, du 9 au 11 décembre 1994. On a ensuite repris l'idée lors du deuxième Sommet, à Santiago, au Chili, du 17 au 19 avril 1998. La ville de Québec a alors été choisie pour recevoir le troisième Sommet, du 20 au 22 avril 2001.

Jusqu'à présent, les réticences du Congrès américain, du Brésil et du MERCOSUR à appuyer la ZLÉA ont porté ombrage aux négociations amorcées en 1998, lors du Sommet de Santiago. Faute de l'appui des membres du Congrès le président américain Bill Clinton a été forcé de laisser tomber son plan d'élargir la zone de libre-échange. Une situation qui a permis au Canada de prendre les rênes du projet, en présidant la première tranche des négociations qui se sont terminées en 1999.

Dans cette progression vers une définition d'un nouvel ordre économique mondial, les chefs de gouvernements démocratiquement élus de 34 pays de l'Amérique du Nord, de l'Amérique centrale, de l'Amérique du Sud et des Antilles se sont réunis afin de mener les pourparlers vers la création de la plus vaste zone de commerce du monde, la Zone de libre-échange des Amériques (ZLÉA). Initialement prévue pour 2005, la ZLÉA devait donner naissance à un marché qui comprendrait 850 millions de personnes et un produit intérieur brut global de 10 000 milliards \$ US.

Les probabilités d'une telle évolution étaient pourtant difficiles à imaginer en raison des difficultés qu'ont successivement rencontrées Bill Clinton et George W. Bush afin d'obtenir du Congrès la pleine autorité pour négocier de nouvelles ententes commerciales avec d'autres pays du continent sud. Conséquence : le grand marché économique espéré, qui s'étendrait de l'Alaska à la Terre de feu, n'a toujours pas vu le jour et les Traités liant les trois grands pays de l'Amérique du Nord et le Chili demeureront relativement uniques et exclusifs pour quelques années encore.

CONTEXTE INFORMATIONNEL : information et révolution numérique

C'est dans un contexte d'effervescence politique, économique et technologique qu'oeuvrent les journalistes chargés d'analyser les faits, les enjeux et les tendances sociales. Depuis quelques années déjà, nombre d'observateurs des médias et de chercheurs du domaine des communications ont soulevé la problématique de la propriété des médias et de la constitution de grands empires médiatiques, au Canada comme aux États-Unis. De fait, plusieurs journaux et chaînes de télévision font partie de conglomerats gigantesques, qui débordent les frontières et les livres comptables. Une situation qui nous apparaît problématique si l'on considère que les concepts de base du journalisme semblent être remis en question et, dans certains cas, tout simplement évacués face à la situation de «complicité» média-économie qui nous occupe. Ce sont certains des aspects de la transformation du paysage médiatique qui feront l'objet de l'étude de ce mémoire.

Car, comme nous explique Mélanie Labelle, «les informations qui jusqu'alors étaient triées et vérifiées, sont aujourd'hui remplacées par le fait que chacun se trouve exposé à tout dans une sorte de *real show*. Le recul, le triage, la vérification, le recoupage, le doute, le choix, l'interprétation et la décision, tous ces ingrédients du métier de journaliste sont ainsi mis au rancart.»⁴ Aujourd'hui, les rédacteurs en chef et les directeurs de l'information calquent les télés, en suivant un agenda strict, guidé par les intérêts économiques des propriétaires, qui ne jurent que par le direct et l'information en continu.

De plus, l'information s'apparente davantage à une marchandise qu'à un service public. Les entreprises de presse nous présentent un nombre réduit d'enquêtes et d'analyses de fond tandis qu'elles sur médiatisent certains événements ou enjeux tirés de l'actualité. Ce qui n'amène pas nécessairement une meilleure information, mais pose le problème de la répétition. Car ce qu'il faut maintenant c'est vendre et pour vendre, il faut du sensationnel. On réduit alors le temps accordé à la vérification des informations et des sources, pour privilégier l'instantanéité de l'information.

⁴ Labelle, M. 2001. Mise en scène du politique : le cas de la mise en scène de l'«Opération Renard du Désert» dans le Washington Post en 1998, Mémoire de maîtrise en communication (Université du Québec à Montréal), p.5.

Ainsi, apparaît la question de la vérité et de l'objectivité, deux principes essentiels au bon fonctionnement du système d'information et qui posent maintenant un gros problème lorsqu'on touche les concepts de couverture médiatique et de construction de la nouvelle, craignent Brin, Charron et de Bonville. De sorte que le journaliste, pressé par la compétition pour livrer la nouvelle, serait maintenant tenté de trafiquer les faits ou de les embellir afin de satisfaire aux exigences de ses patrons.

Depuis l'arrivée des chaînes de télévision en direct dans les foyers américains, tel que CNN en 1985, les chercheurs ont remarqué qu'une nouvelle façon de faire l'information s'est installée, fortement influencée par la télévision en directe, et qui donnera dorénavant le ton aux autres médias, puisque c'est elle qui détermine l'importance de la nouvelle, fixe les thèmes de l'actualité, dicte la norme et impose son ordre. Or, la nouvelle réalité médiatique est réduite à la simple équation que, pour rester dans la course, les autres médias doivent tenter de suivre la télé dans cette reproduction incessante des mêmes images de l'actualité...

Et puisqu'une image vaut mille mots, les entreprises de presse écrite n'ont eu d'autres choix que de chercher à provoquer des émotions chez le lecteur avec des textes qui jouent sur les images, le registre affectif et les sentiments. Voilà ce que l'on appelle la mise en scène des événements par les médias : une technique qui utilise la nouvelle réalité et la signification des images pour représenter les événements ou les enjeux d'actualité.

En somme, s'il est possible dans le cadre d'un mémoire de recherche de faire certains constats ou de confirmer des hypothèses, c'est d'abord en raison des travaux des théoriciens et des auteurs qui se sont déjà penchés sur la question, mais également parce que certains événements récents, liés à la tenue de sommets, ont provoqué des prises de conscience par rapport à l'organisation et le déroulement des rencontres. C'est que les manifestations orchestrées par les divers acteurs de la société civile, sans égard à l'allégeance politique, soulèvent le problème de la remise en question de la mondialisation et des contestations citoyennes dans l'espace public. Et les contestations survenues à Davos, à Seattle et à Québec ne sont que quelques-unes des récentes illustrations.

Selon Gilles Brunel et Claude-Yves Charron, il apparaît même que les chefs d'États de pays démocratiques doivent «s'isoler pour discuter de leurs projets d'avenir, poursuivis par les médias, qui y trouvent un sujet d'actualité fort pertinent.»⁵ Car en pratique, si la mondialisation a ses limites sur les plans politiques et économiques, sur le plan social, la concurrence impitoyable qu'elle provoque et la disparition des secours étatiques d'urgence entraînent l'apparition de milliers d'exclus. Il y a évidemment des gagnants et des perdants au jeu de la mondialisation mais entre les deux, l'écart est devenu impossible à combler ou à éviter. Sur le plan communicationnel par contre, on assiste à un tout autre spectacle nous disent les auteurs, «certains partisans de la mondialisation deviennent, par une tactique stratégique, des alliés momentanés des opposants.»

Face aux représentations que choisissent de nous présenter les médias d'information, plusieurs observateurs affirment que la mondialisation est devenue un phénomène qui prend l'allure d'un «chien fou». C'est-à-dire que l'effervescence médiatique qu'elle a engendré dans certains pays, a perdu toute signification à partir du moment où les médias ont offert un nouveau discours médiatique dans lequel les médias sont devenus «citoyen-copain».

Un paradoxe est ainsi apparu concernant l'information disponible, puisque la multiplication des sources d'information n'a pas permis au «citoyen-lecteur» de mieux comprendre, mais d'avoir plus d'information sur un même sujet ou un même événement. Ainsi, au moment où il y a un plus grand nombre de médias, de demandes d'information et de journalistes sur le terrain - donc de représentations possibles de la réalité et des faits - l'opinion publique ne se sent pas plus informée. Les images, en direct et leur répétition, ont créé des situations où les appels à la censure, les rumeurs et la désinformation ont suscité, chez plusieurs récepteurs des médias, des effets négatifs et de désintéressement.

Par conséquent, il ne nous est plus possible d'admettre qu'une information est neutre. « Dans le journalisme de transmission, la réalité s'impose comme évidente et immuable. Le journal existe *dans* la réalité, il est *littéralement* traversé par la réalité sociale, il ne dispose pour ainsi d'aucune indépendance à son endroit : la réalité des acteurs sociaux s'y donne à

⁵ Brunel, G. et Charron, C-Y. 2002. La Communication internationale : Mondialisation, acteurs et territoires socioculturels, Montréal : Gaëtan Morin Éditeur, p.6.

lire sans intermédiaire.»⁶ Ainsi, Brin, Charron et de Bonville sont convaincus que l'information est teintée de la culture et des présupposés idéologiques qui dominent dans la pratique idéologique, nous disent les auteurs associés au courant d'analyse des communications politiques. Cette situation est normale et voulue, selon Denis Monière qui affirme que «ce serait donc la vision du monde d'une société qui transparaîtrait dans les informations»⁷.

Le bref aperçu des contextes politiques, économiques et informationnels, trois aspects forts complexes de la mondialisation, a permis de constater qu'ils étaient intrinsèquement liés et dépendants les uns des autres. En fait, il apparaît désormais que la politique internationale ne peut s'étudier ou s'observer seule et que nous devons dorénavant prendre en compte la dynamique économique globale. Si toutefois une telle chose existe vraiment.

De plus, bien qu'il soit toujours difficile d'énoncer les causes réelles des changements ressentis dans le registre des perceptions politiques et de déterminer à quoi les associer officiellement. Il apparaît évident que ces changements n'ont pu se faire sans l'appui de diverses valeurs et idéologies, dont la plus importante est actuellement celle du profit avec comme thèse principale que l'argent est l'assise de tout pouvoir. Depuis l'avènement de l'idéologie néolibérale et du capitalisme en Occident, l'argent a provoqué des effets directs sur la manière de faire l'information et de présenter les événements d'actualité, en raison de l'influence du pouvoir économique sur les entreprises de presse.

L'intérêt de ce mémoire reposera donc sur le sens d'un message et plus particulièrement sur la façon d'utiliser les représentations sociales et les thèmes dans les discours journalistiques. Il s'agit alors, en regard des hypothèses posées, de décortiquer les processus de construction des articles grâce aux représentations, en lien avec les éléments extérieurs afin de savoir si la communication informative est tributaire des sphères politiques et économiques nationales, propres à chacune des entreprises de presse et, surtout, de quelle

⁶ Brin, C., Charron, J. et de Bonville, J. 2004. Nature et transformation du journalisme : Théories et recherches empiriques, Ste-Foy : Presses de l'Université Laval, p.153.

⁷ Monière, D. 1999. Démocratie médiatique et représentation politique. Analyse comparative de 4 journaux télévisés : Radio-Canada, France 2, RTBF (Belgique) et TSR (Suisse) Montréal : Presses de l'Université de Montréal, coll. «Politique et économie», p.54.

manière chaque média propose de représenter les différents enjeux et groupes liés au mouvement altermondialisation (MAM). Nous voulons donc déterminer les facteurs ou éléments des conférences politiques internationales qui alimentent la couverture médiatique rapportée par les journalistes.

Nous observerons donc quelles approches de la représentation sont le plus souvent utilisées par les journalistes afin de décrire des événements et de qualifier les déclarations et les agissements des personnalités publiques, mises en scène lors des Sommets des Amériques.

CHAPITRE I :

ANALYSER ET SITUER LES SOMMETS, LES ENJEUX ET LES ACTEURS

Nous croyons qu'il serait possible d'envisager plusieurs études de contenu afin de démontrer comment les facteurs économiques, politiques et sociaux affectent la perception des journalistes dans l'utilisation des représentations des acteurs et des enjeux, lors de la couverture d'événements politiques. Nous aurions pu choisir d'étudier une kyrielle de conflits ou de sommets des dernières années, puisque les mêmes éléments de base s'y retrouvent et que leur incidence sur la façon de faire l'information pourrait être jugée quasi équivalente. Un choix devait donc être fait et nous nous sommes tournés vers les Sommets des Amériques, plus particulièrement sur le premier Sommet de Miami, en 1994 et le troisième, qui s'est déroulé à Québec, en 2001.

Ce qui a motivé le choix d'étude est d'abord notre passion pour le journalisme, les médias et les phénomènes de démocratie sociale. Ensuite, nous avons pensé qu'il serait intéressant d'évaluer les événements diplomatiques puisqu'ils donnent lieu à un grand battage médiatique pour informer les citoyens du monde entier des politiques susceptibles de les intéresser, de les toucher. Notre préférence pour le Sommet des Amériques émane d'un constat simple : c'est l'unique conférence à avoir lieu exclusivement dans les Amériques et la création de la ZLEA constitue la plus vaste zone de commerce du globe - le principal objectif de ces rencontres politiques - aurait un impact considérable sur nos vies et celles de tous les autres citoyens du continent.

Puisque depuis 1946 l'une des principales fonctions des communications internationales a été la conduite des relations diplomatiques⁸, nous proposons de donner un aperçu des pratiques journalistiques liés à un événement rassemblant les chefs d'État de pays démocratiques. C'est en raison de l'attention accordée à la tenue du Sommet de Québec par

⁸ Fortner, R. S. 1993. International communication : history, conflict, and control of the global metropolis. Belmont, Calif. : Wadsworth.

les médias d'information, que nous avons choisi de diriger notre analyse vers la couverture quotidienne des journaux écrits américains et canadiens.

Nous proposons de présenter dans ce premier chapitre une introduction générale de la scène politique nord-américaine, de souligner quelques faits liés à l'utilisation des représentations et à la simplification de la réalité dans l'écriture journalistique. Nous tenterons ensuite de contextualiser les enjeux liés à la culture, à la mondialisation ainsi qu'aux Sommets des Amériques; pour finalement brosser un portrait du rôle des journalistes et des médias de masse dans la répétition des images collectives et de la création du consentement populaire. Il s'agit de familiariser le lecteur avec les faits essentiels du contexte spécifique de notre analyse de cas et avec les auteurs, que nous avons consultés pour préparer cette recherche scientifique. Ces différentes définitions mèneront à la définition d'une problématique principale, à la déclinaison des objectifs de recherche concrets ainsi qu'à l'exposition des hypothèses de recherche qui découlent de nos présupposés intuitifs.

1.1 Simplifier la réalité

Castells, McChesney et Wolton ont tous souligné qu'il était difficile de maintenir une démocratie sans l'aide de la communication de masse. Partant de cette affirmation, nous pouvons défendre l'idée que les médias jouent le rôle essentiel de transmetteur d'information entre les élites, les dirigeants et les citoyens, grâce à leur travail de recherche, de cadrage et de sélection de l'information. Dans cette perspective, les lois d'airain de la communication, notamment la simplification de la réalité et la personnalisation, engendrent des inconvénients bien connus. Elles sont en outre le moyen pour le citoyen, un moyen d'avoir accès à l'information et de comprendre la réalité sociale, culturelle, économique et politique compliquée.⁹

Cette affirmation nous permet d'appuyer l'idée que la communication de masse, qui englobe les journaux écrits, est inséparable du modèle de démocratie de masse et qu'en liant les dimensions fonctionnelles et normatives, elle devient l'outil essentiel pour réduire les

⁹ Wolton, D. 1997. Penser la communication Paris : Flammarion, p.143.

distances entre dirigeants et dirigés. Seule, la communication permet aujourd'hui d'obtenir une certaine vision commune de la base au sommet de la pyramide sociale, soit le véhicule de l'information entre le peuple et l'élite. Mais le désir d'être compris par tous s'accompagne d'un prix à payer : la simplification et la rationalisation de la réalité. Car il ne faut jamais oublier que les journalistes ne se contentent pas uniquement de rapporter des faits de l'actualité, ils demeurent avant tout des acteurs de cette actualité, qu'ils tentent de raconter chaque jour.

Le thème de l'idéologie dans la pratique journalistique dirige notre attention vers l'image que bâtissent les journalistes, en utilisant des représentations mentales, et également aux normes et exigences qui régissent cette profession : indépendance et objectivité, liberté et responsabilité, exigences intellectuelles et morales de la profession, rôle socioculturel, etc.

Comme l'écrit Daniel Chandler, professeur à l'Université de Wales, en Angleterre, le concept des représentations réfère au processus d'organisation des éléments réels qu'effectuent les journalistes des médias de masse pour construire de la réalité, en regard aux hommes, aux événements, aux objets, aux identités culturelles et à tous les autres concepts abstraits qui composent leur réalité médiatique.¹⁰ Des représentations qui peuvent être présentées par la parole ou par l'écrit. Dans cette optique, l'étude des représentations se rapproche des conceptions théoriques, de l'analyse de discours et de la sémiotique, puisque les représentations servent à construire le cadre de référence pour exprimer une idéologie et cadrer un sujet.

Nous pouvons d'ailleurs affirmer que les journalistes représentent toujours une réalité «pré-existante», et que les articles traduisent leur expérience de la réalité. Toute représentation est une construction motivée de la réalité, au travers d'un travail de sélection qui implique un choix : celui de présenter un élément ou de ne pas en représenter un autre, estimé moins important. En définitive, les représentations construites par les journalistes se répètent et contribuent à créer des modèles familiers dans l'esprit des lecteurs. Ces derniers se sentent à l'aise de les réutiliser, pour la simple raison qu'elles ont été proposées par les médias.

¹⁰ Chandler, D. (nd) 'Notes on Representation' [link added 19/1/98], accessible sur le Web à l'adresse URL <http://www.aber.ac.uk/media/Modules/MC30820/represent.html>

1.2 Construction et transmission des représentations

La notion de représentation est d'usage courant dans l'étude de la culture, depuis l'élaboration du concept des « représentations collectives » par Durkheim, mais son statut ontologique demeure bien vague, raconte Dan Sperber.¹¹ Le concept met en jeu trois termes : quelque chose qui représente, quelque chose qui est représenté et un dispositif de traitement de l'information qui utilise la représentation.

Selon l'auteur de *L'Épidémiologie des représentations*, la particularité des représentations serait qu'elles sont susceptibles de donner lieu à une transmission culturelle à deux niveaux différents. Le premier niveau porterait notamment sur l'ensemble des informations qui viennent renforcer ou contredire le stéréotype chez le lecteur de l'article. Le second niveau concerne la façon dont la nouvelle est construite, une manière imitée (cas de transmission) ou non par les journalistes qui en auront pris connaissance.¹²

Et si l'on considère qu'il n'existe qu'une représentation publique, dans la réalité et dans la pratique journalistique au moins deux objets sont susceptibles d'être transmis. Il y a d'abord les éléments qui contribuent à redéfinir la représentation culturelle visée chez le lecteur de l'article; ce sont des éléments appartenant à l'objet matériel de la représentation qui font l'objet d'une transmission, et ensuite, ce sont les éléments qui contribuent à redéfinir la manière «journalistique» de représenter un sujet particulier, soit la façon de rédiger la nouvelle. C'est-à-dire les éléments de la méthode journalistique qui appartiennent à l'objet formel de la représentation.

Bien que Sperber considère qu'il existe trois catégories de représentations, il ne leur accorde pas la même valeur. À son avis, les représentations mentales, dont la majorité demeurent confinées à l'intellect des individus, sont innombrables et constituent le sous-produit normal des interactions des individus avec leur environnement naturel et social. Quant aux représentations publiques, elles ne correspondraient qu'à cette partie des représentations mentales qui sont communiquées d'un individu à l'autre et elles disparaîtraient dès que l'interaction serait terminée. Cependant, une dernière catégorie, les

¹¹ Sperber, D. 1996. *La contagion des idées : théorie de la culture*, Paris : Odile Jacob, p.85.

¹² Brin, C., Charron, J. et de Bonville, J. 2004. *Nature et transformation du journalisme : Théories et recherches empiriques*, Ste-Foy : Presses de l'Université Laval p.60.

représentations culturelles, occuperait un espace-temps relativement étendu et serait partagée par un grand nombre d'individus. Par définition, ce sont ces représentations qui font l'objet d'une transmission sociale et qui sont souvent reprises par les journalistes.

Mais puisque les humains ne construisent pas seulement des représentations mentales et individuelles de l'information, qu'ils produisent aussi de l'information les uns pour les autres, sous la forme de *représentations publiques* (discours), la plupart des informations sont communiquées à un petit groupe de personnes, voire à une seule, en une occasion particulière, et là s'arrêtent les choses. Parfois cependant, le destinataire d'un premier acte de communication transmet l'information reçue à d'autres destinataires qui à leur tour, la communiquent à d'autres et ainsi de suite. Ce processus de transmission répété peut se poursuivre jusqu'à ce que nous ayons une chaîne de représentations mentales et publiques, qui sont à la fois liées causalement et dont les contenus sont semblables, du fait même de leurs liens causaux qui parcourent toute une population humaine. Ces représentations, causalement liées et largement distribuées, servent à désigner une culture.

Il est donc possible d'affirmer que de nombreux facteurs affectent les chances d'une information d'être bien reçue et d'atteindre un niveau de distribution large et durable, si elle se stabilise dans une culture par l'entremise de représentations. De plus, l'indépendance du contexte immédiat permet à cette pertinence d'être maintenue dans l'échelle sociale, et ce, même en dépit des changements de circonstances locales, postule Sperber, et l'information qui enrichit ou contredit les croyances fondamentales a une plus grande chance de connaître le succès culturel.¹³ Ajoutez à cela la transmission par un média de masse et vous obtenez un modèle culturel durable dans une société

Ainsi comprise, l'information dont la pertinence est relativement indépendante du contexte immédiat a plus de chances d'atteindre un niveau élevé de distribution culturelle, car la pertinence donnée à une représentation utilisée par un journaliste, fournit une motivation à la fois pour stocker et transmettre l'information..

Cette analyse de contenu vise à répondre à certaines questions spécifiques, susceptibles d'aider à cerner les intentions de l'émetteur ainsi que les divers éléments entrant

¹³ *Ibid.*, p.194.

dans la construction de sa réalité. Ainsi nous posons une série de questions précises sur l'origine de la représentation : Qui ou quoi est représenté? Comment est-ce représenté? De manière favorable ou défavorable? Comment la représentation est-elle construite? Est-ce pour faire croire que « c'est vrai »? Est-ce une représentation « logique » ou « naturelle »? Puis une autre série de questions vient déterminer les intentions de l'émetteur : Qui est derrière cette représentation? Quels intérêts la représentation sert-elle? Comment le savoir?

Finalement, il sera possible de dévoiler les principales caractéristiques des représentations, leurs ressemblances et leurs différences, grâce à un questionnaire simple : à qui la représentation s'adresse-t-elle? Pouvons-nous la comparer à une autre représentation du même événement? Qu'est-ce qui diffère et pourquoi? De tels questionnements sur l'origine et le genre des représentations, en plus des comparaisons entre médias, sont utiles et nécessaires pour comprendre les intérêts des récepteurs ainsi que les motivations des émetteurs, lors de périodes historiques importantes ou dans des contextes sociaux particuliers.

Nous pouvons aborder l'étude des représentations de manière thématique, générale ou selon la spécificité des médias. Les principaux auteurs liés à ce type d'étude se retrouvent surtout dans les courants du constructivisme et de l'objectivisme, des théories contemporaines des représentations qui basent leurs recherches sur l'idée d'une construction de la réalité.

1. 3 La représentation du réel par les médias

Si les journalistes doivent, en principe, jeter un regard neutre et critique sur la réalité, ils ne font que rapporter et commenter l'actualité qui se déroule sous leurs yeux. Chaque jour, ils sont appelés à couvrir des activités, des événements et des conférences de presse qui sont mis en scène par d'autres acteurs, ceux-là mêmes qui créent cette réalité, prennent des décisions, posent des gestes, divertissent le public, font tourner l'économie et développent des stratégies pour attirer l'attention des médias.

Certes les journalistes donnent une dimension sociale aux activités qu'ils sélectionnent, en sortant de l'anonymat des événements, des déclarations ou des scandales. Ils présentent ces réalités en leur donnant une certaine amplitude, mais ils ne sont pas maîtres de

ces réalités, mais seulement de leur diffusion. Et s'ils décident d'en parler, ce sont encore eux qui construisent le discours qu'ils veulent mettre de l'avant, affirme Bernard Dagenais.¹⁴

Dans cet ordre d'idées, John Pungente¹⁵ a développé une méthode spécifique pour étudier et enseigner les médias. Son approche de la sphère médiatique repose sur huit postulats. Premièrement, tous les médias produisent des représentations; deuxièmement, les médias construisent la réalité; troisièmement, le public négocie le sens du message médiatique; quatrièmement, les médias ont des implications commerciales qui influencent la ligne de pensée éditoriale; cinquièmement, les messages médiatiques véhiculent des valeurs et des idéologies qui peuvent influencer le lecteur; sixièmement les médias ont une influence sociale et politique importante; septièmement, la forme et le contenu sont liés intrinsèquement; et huitièmement, chaque média a une forme et une couleur particulière, qui lui est propre. Pour tenter d'expliquer l'existence de différences dans la construction des représentations de l'actualité pour chaque média, sa recette combine de nombreux éléments constitutifs des médias de masse et de la culture populaire.

Quant à Sperber, ce qui est intéressant et qui diffère, par rapport aux autres théories de la communication basée sur le modèle du codage, est que toute communication implique nécessairement de l'émetteur au destinataire, une transformation du message dont le degré peut varier de la duplication à la perte totale d'information. À son avis, seules les représentations qui sont communiquées de manière répétée et transformées de façon minimale [au cours de ce processus de communication] finissent par devenir des représentations culturelles.

En affirmant que le journalisme est une pratique culturelle qui se reproduit, nous pouvons qualifier de « culturelles » les représentations qui sont largement et durablement distribuées dans un groupe social. Il n'y a donc pas de frontière entre les représentations culturelles et les représentations individuelles. Les représentations sont plus ou moins

¹⁴ Dagenais, B. 1999. «Les relations publiques véritables instruments de démocratie», Communication, vol. 23, no1, p.36.

¹⁵ Pungente, J. 1989. «Eight Key Concepts for Media Literacy» Media Literacy Resource Guide, sous la dir. de S.J. Barry Duncan et al., Ontario Ministry of Education, Toronto, Canada.

largement et durablement distribuées, et donc plus ou moins culturelles.¹⁶ Dans ces conditions, expliquer le caractère culturel de certaines représentations, c'est répondre à la question suivante : pourquoi ces représentations sont-elles plus « contagieuses » et réussissent-elles mieux que d'autres dans une population humaine donnée ?

1.4 Les fonctions de la presse et le sens de son discours

La question qui nous intéresse réellement ici est de savoir comment se construisent, se transmettent et se reproduisent les représentations culturelles dans la presse écrite? Bernard Dagenais croit que c'est en raison de la pratique du mimétisme, qu'il décrit en termes de « fièvre qui s'empare soudain des médias (tous supports confondus) et qui les pousse, dans l'urgence la plus absolue, à se précipiter pour couvrir un événement (quel qu'il soit) sous prétexte que les autres médias lui accordent une grande importance.»¹⁷

Car, comme il l'affirme, plus les médias parlent d'un sujet, plus ils se persuadent collectivement que ce sujet est indispensable, central, capital, et qu'il faut le couvrir encore davantage en lui consacrant plus de temps, de moyens, de journalistes. De plus, les médias, qui participent à cette concurrence et à cette surenchère, y seraient soumis presque malgré eux, puisque tout le monde en est responsable, y compris les destinataires (lecteurs ou téléspectateurs) qui cherchent la nouvelle et tentent de satisfaire leur curiosité.

Ignacio Ramonet va encore plus loin, en affirmant que « chacun renvoie donc la faute sur les autres sans que personne ne soit le maître du jeu.»¹⁸ Ce qui n'est pas sans conséquence puisque depuis l'arrivée de la télévision et des médias électroniques, la presse écrite est en crise. Elle connaît en France, aux Etats-Unis et ailleurs dans le monde capitaliste, une baisse notable de sa diffusion et souffre gravement d'une perte d'identité.

Pour quelles raisons, et comment en est-on arrivé là ? Indépendamment de l'influence certaine du contexte économique, il faut chercher les causes profondes de cette crise dans le

¹⁶ Sperber, D. *op.cit.* p.71.

¹⁷ Dagenais, B. 1999. *op.cit.*, p.33.

¹⁸ Ramonet, I. 1999. La tyrannie de l'information, Paris : Éditions Galilé, p.33-34.

processus de transformation qu'ont connu quelques-uns des concepts de base du journalisme, au cours de ces dernières années.

L'idée même d'information s'est modifiée, selon Ramonet, puisque jusqu'à tout récemment encore, informer c'était fournir non seulement la description précise et vérifiée d'un fait ou d'un événement, mais également de contextualiser en évoquant un ensemble de paramètres qui permettent au lecteur de comprendre la signification profonde de ce qui est rapporté. C'était répondre à des questions de base comme : qui a fait quoi? Quand? Où? Comment? Pourquoi? Avec quels moyens? Dans quelles circonstances? Et quelles sont ces conséquences? Or, avec l'arrivée et la domination de la télévision dans le paysage médiatique, informer est désormais «montrer l'histoire en marche» ou, en d'autres termes, faire assister (si possible, en direct) aux événements. Ainsi, s'est établie, petit à petit, l'illusion que voir c'est comprendre la réalité.

L'information doit désormais avoir trois qualités principales : être facile, rapide et amusante, nous dit Ramonet. Ainsi, paradoxalement, on assiste à une simplification du discours des journaux au moment où le monde, transformé par la fin de la guerre froide et par la mondialisation économique, s'est considérablement complexifié et marchandisé.

Dans les circonstances, nous croyons qu'il est pertinent d'intégrer la conception de la construction et de la diffusion des représentations culturelles, au type d'analyse de contenu que nous proposons de faire de la couverture médiatique des Sommets des Amériques. Premièrement, parce qu'il aborde la construction symbolique d'un ordre de priorité des événements réels par les médias et, deuxièmement, parce qu'il est fondé sur un processus de construction du sens en plusieurs étapes qui se rapproche beaucoup de celui de mise en agenda par les médias, à savoir: une sélection des événements, leur catégorisation, leur évaluation et leur interprétation en fonction d'un cadre de référence culturel particulier à chaque espace public.

1.5 La culture et la mondialisation vue par les médias

En raison de la mondialisation amorcée par les États capitalistes occidentaux, il y a présentement un élargissement incontestable du sens et des enjeux culturels. Tout ce qui donne un sens à une perception et une interprétation du monde et qui est partagé par un certain nombre d'individus peut devenir un fait culturel. Et inversement, tout enjeu culturel peut devenir un enjeu politique. Et c'est bien parce qu'il y a un déséquilibre entre l'omniprésence des industries culturelles et l'absence de réalité d'une culture mondiale que le problème de la mondialisation des industries culturelles pose un problème.¹⁹ L'antimondialisation, par exemple, est une forme de culture car elle exprime une réaction et construit un rapport au monde.

Et bien que les médias parlent de mouvement antimondialisation, il serait plus juste de dire antiglobalisation, affirme Gaëtan Tremblay²⁰, puisque dans la mesure où l'on fait une différence entre la globalisation purement économique et la mondialisation des échanges sociaux et culturels, on traite d'enjeux différents.

Actuellement, la culture se propage mondialement comme un produit économique, poussé par le marché ou attiré par la demande des consommateurs et, selon Janice Gross Stein, « il est fondamental de ne pas confondre la mondialisation des techniques avec la mondialisation de la communication »²¹ de même qu'il est essentiel de ne pas confondre la mondialisation des industries culturelles avec ce qui serait de la culture mondiale. Un patrimoine culturel mondial émerge, mais pas une culture mondiale. À l'échelle planétaire, la contradiction entre commerce et culture apparaît comme l'un des principaux clivages du XXI^e siècle, comme un leitmotiv de la mondialisation²², indique Marc Raboy. Parce que ce qui est culturel est encore perçu par la majorité des individus comme non-commercialisable, unique et intimement liée à un peuple, sa géographie et ses traditions.

Tranquillement, la culture devient un enjeu pour interpréter le monde. Et bien qu'elle soit de plus en plus accessible, elle demeure fragile, instable et malléable. On entend par

¹⁹ *Ibid.*, p.46.

²⁰ Tremblay, G. (dir. publ.). 2003. «Entre réseaux et sommets. Enjeux de la régulation à l'ère de la globalisation» 2001 *Bogues Globalisme et pluralisme : 1 Tic et Société*, Ste-Foy : Presses de l'université Laval, p.35.

²¹ Cameron, D.R. et Gross Stein, J. 2003. *Contestation et Mondialisation : repenser la culture et la communication*, Montréal : Presses de l'Université de Montréal, p.171.

²² Raboy, M. 2003. « Communication et mondialisation : un défi pour les politiques publiques » in *Contestation et Mondialisation : repenser la culture et la communication*, Montréal : Presses de l'Université de Montréal, p.136.

« culture » non pas la culture cultivée mais la culture au sens large : ce qui fait signe de la réalité sociale, qui permet de comprendre le monde, d'en parler, et qui est partagée par les autres. Cette culture « élargie » est différente selon les continents, et n'a pas le même sens selon les pays²³, souligne Dominique Wolton.

Si les 40 dernières années ont été ponctuées de conflits liés à la culture, les mouvements altermondialistes sont les premiers à mettre la culture et la communication au cœur des préoccupations politiques. Parce qu'ils remettent en cause toute une représentation du monde, mais surtout parce qu'ils rendent public l'échelle du conflit qui a maintenant gagné le monde. C'est pourquoi Wolton souligne que l'étendue du conflit est directement liée à la victoire des techniques de communication mondiale et qu'il tente de nous faire remarquer un problème et un paradoxe évidents : le mouvement de contestation n'a pas pris les industries de la culture et de la communication comme cheval de bataille, mais d'abord l'agriculture, l'environnement, l'énergie...²⁴

1.6 Les Sommets : mondialisation et altermondialisation

Dans le grand processus de globalisation et de mondialisation, les Sommets et les réseaux ne sont que deux des nombreuses manifestations tangibles d'un réel changement à l'échelle planétaire. Toutefois, les Sommets provoquent des craintes et des protestations qui sont liées clairement aux dangers et aux menaces de la globalisation, une doctrine économique qui oppose la liberté des échanges et la souveraineté nationale, selon les groupes altermondialistes.

La tenue des Sommets inquiète. Principalement en raison de la nature essentiellement politique de ces rassemblements. De plus, ils semblent illégitimes à leurs opposants, qui jugent les dirigeants étatiques élitistes et autoritaires, tandis que les réseaux sont perçus comme des manifestations purement technologiques. Pour la majeure partie des citoyens, les sommets sont le résultat d'un développement naturel inévitable et font miroiter les promesses d'un monde décentralisé et démocratique. Mais par-delà l'objet visé, c'est le processus de

²³ *Ibid.*, p.45.

²⁴ *Ibid.*, p.74

rassemblement qui est remis en cause, en regard d'une certaine forme de régulation sociale élitiste, hiérarchique, dont les sommets sont la parfaite illustration. La remise en cause des Sommets est concomitante de l'expansion des réseaux et des rêves qu'ils suscitent, explique Tremblay.²⁵ Elle l'est également de la libéralisation des communications, la composante clé pour faciliter la globalisation économique.²⁶

Les grandes manifestations lors de la tenue des conférences des grands États démocratiques font donc la preuve que la « plèbe » contemporaine continue de lutter pour la construction de son espace public. Et, que « les actions et les attitudes internationalistes, contre cette globalisation réellement existante, sont chaque jour plus indispensables à la construction de projets nationaux et à l'élaboration d'un espace public local ».²⁷ Mais si les Sommets sont des « réunions de puissants qui semblent se tenir en marge des institutions démocratiques nationales et définir un lieu de pouvoir au-dessus de la légalité, à quoi servent-ils réellement », questionne Tremblay.

Les protestations contre les Sommets seraient le moyen de réaffirmer la légitimité du cadre national comme lieu d'exercice de la démocratie et elles permettraient la réaffirmation du pouvoir d'État, par les associations et les groupes intermédiaires qui travaillent à représenter les intérêts des citoyens. Dans l'opposition à la régulation, qui constitue l'objet des Sommets des Amériques, nous rappelle Tremblay, « les groupes contestataires regroupés sous l'appellation altermondialistes aspireraient ardemment à l'effacement des frontières, à l'élimination des intermédiaires et à l'avènement de la démocratie. »²⁸

Mais il n'y a plus une rencontre internationale ou régionale qui ne soit pas pour les adversaires de la libéralisation des marchés l'occasion de manifester leur opposition extrême aux négociations en cours, indique Dorval Brunelle.²⁹ Nous l'avons vu à l'assemblée générale de l'OEA à Windsor, en juin 2000; à la rencontre annuelle du FMI et de la Banque Mondiale

²⁵ Tremblay, G. (dir. publ.) 2003. *op.cit.*, p.183.

²⁶ Almeida, J. 2003. «Convergence technologique, espace public et démocratie», 2001 Bogues Globalisme et Pluralisme : Communication, démocratie et globalisation, sous la direction d'Armand Mattelart et de Gaëtan Tremblay, p.178, Ste-Foy : Presses de l'Université Laval.

²⁷ *Ibid.*, p.178.

²⁸ Tremblay, G. (dir. publ.) 2003. *op.cit.*, p.183.

²⁹ Brunelle, D. 2003. Dérive globale, Montréal : Boréal, 2003, p. 174.

à Prague, en septembre 2000; lors de la réunion du Conseil européen à Nice, en décembre de la même année; et à Québec, lors du troisième Sommet des Amériques, en avril 2001.

Mais toutes ces oppositions et ces contestations ne sont pas limitées aux seules rencontres organisées à l'instigation de la classe politique, elles surviennent partout et apparaissent sous plusieurs formes, nous apprend Brunelle :

Elles [les contestations] s'expriment de manière passive et conduisent à l'anomie, voire à une désaffection profonde vis-à-vis du politique, comme elle peut s'exprimer de manière active et déboucher sur la protestation et le conflit ouvert. Mais pour le moment la protestation éclatée, issue des nombreuses oppositions à la globalisation, semble être une caractéristique de fond de l'ordre global. Cette protestation globale étant promise à la démultiplication et à l'extension sans limites, aussi longtemps que la dynamique du système le poussera davantage vers le démantèlement des institutions de base de la société civile et politique.³⁰

Comment expliquer alors la montée des oppositions à la globalisation? Brunelle propose deux explications. Il dit tout d'abord qu'elles sont le résultat d'une prise de conscience d'un nombre croissant d'organisations, d'associations et de groupes qui remettent en cause le bien-fondé des négociations en cours entre les nations. Ce sont également des actions qui proviendraient non seulement du développement d'un sens critique envers des retombées éventuelles des engagements économiques souscrits par les gouvernements mais aussi de la nature des relations économiques Nord-Sud. Ensuite, il formule une deuxième explication, qui met en lumière la possibilité de voir les démarches et initiatives des opposants à la globalisation des marchés remettre en question non seulement le projet de libéralisation en tant que tel, mais davantage le protocole sur lequel le projet repose. Car en remettant en cause tout le processus de négociation de la ZLÉA, les ennemis de la déréglementation sauvage souligneraient le déficit démocratique qui entoure les négociations commerciales. Certains analystes ont même interprété l'émergence de ces manifestations de manière positive, en y voyant la construction d'une nouvelle et originale mondialisation.

Mais l'innovation majeure dans le cadre actuel de la globalisation est sans conteste la multiplication du nombre des organisations et mouvements engagés dans la contestation du projet de globalisation. L'une des causes de cet accroissement des manifestations

³⁰ Brunelle, D. 2003. *op.cit.*, p.171.

d'opposition tient à la réduction d'un espace public de délibération lisible, à l'inefficacité des instances délibératives officielles à partager leurs idées avec les citoyens, à l'absence de débats contradictoires et à l'incapacité d'incorporer des propositions nouvelles.

1.7 Rôle des journalistes et des médias de masse

« Dans un monde où tout est devenu communication, l'information a perdu ses repères »³¹, écrit Philippe Gaillard. Depuis le milieu du siècle, les chercheurs et les théoriciens racontent qu'il faut communiquer et pas seulement informer, le « message de communication » étant rédigé en fonction de son destinataire, à la différence du prétendu « message d'information » qui s'adresserait à tout le monde et n'atteindrait personne. Comment dire alors si l'activité du journaliste est de communiquer ou d'informer?

Selon Ignacio Ramonet, une des plus grandes maladies de l'information est la confusion qui existe entre l'univers des relations publiques et celui de l'information. À son avis, à partir de la fin des années 1960, les journalistes ont perdu progressivement, le monopole de diffuser librement l'information, ce qu'ils détenaient depuis la fin du XVIII^e siècle dans les sociétés démocratiques.³² Ainsi, un nouveau titre a été inventé par les personnes qui, hors des médias, font le métier de communiquer. Les nouveaux communicateurs, les attachés de presse et les relationnistes des médias, diffusent de l'information favorable aux institutions et aux desseins qu'ils servent ainsi qu'aux puissants ou à ceux qui veulent le devenir : hommes politiques, hauts fonctionnaires, chefs d'entreprise et dirigeants de syndicat ou d'association.³³ Bref, la presse écrite n'est plus le premier ou l'unique canal que les groupes utilisent pour se faire entendre, bien qu'il soit toujours le plus efficace et la plus populaire.

Mais les informations précieuses que le journaliste reçoit de ces communicateurs, peuvent être nuisibles pour la presse écrite car elles ne sont pas toujours exactes. Le journaliste a donc pour mission de les vérifier et de les compléter, au meilleur de son savoir, de son expertise et

³¹ Gaillard, P. 1996. Technique du journalisme, Paris : Presse universitaires de France, p.6.

³² Ramonet, I. 1999. *op.cit.*, p.103.

³³ *Ibid.*, p.7.

des moyens mis à sa disposition par les entreprises de presse. Sa connaissance d'un sujet et son esprit critique étant les deux plus grands atouts d'un journaliste compétent et prudent, face à l'abondance d'information qui circule sur un sujet.

Dans le monde de la communication, nous avons jusqu'à présent 3 sphères : la culture, l'information et la communication (qui comprenant les relations publiques, publicité, communiqués, marketing politique, médias d'entreprise, etc.).³⁴ Chacune était autonome et avait son propre système de développement. Or, en raison des révolutions économique et technologique, la sphère de la communication tend à absorber l'information et la culture pour donner naissance à une seule et même sphère globale et universelle, la « world culture » d'inspiration américaine est une sorte de « communiculture » de masse planétaire, comme Ramonet aime le dire. L'information ne résistant pas plus que la culture à cette massification, les trois sphères fusionnent et sont dominées économiquement et technologiquement par des firmes américaines, du secteur des industries culturelles, qui elles-mêmes se retrouvent en phase de fusion et de concentration.

Dans cette perspective, quel rôle les journalistes modernes et les médias de masse peuvent-ils tenir ? Voilà une question fondamentale à laquelle Pierre Sormany a tenté de répondre dans son ouvrage *Le Métier de journaliste*, paru en 2000. Dans ce guide des outils et des pratiques journalistiques, il explique en premier lieu que les gens lisent les journaux pour comprendre le monde, suivre les conversations de leurs proches et « être au courant » de ce qui se passe dans l'actualité. Voilà en somme les préoccupations essentielles auxquelles les journalistes répondent de nos jours. Il écrit en second lieu que les quotidiens ont un rôle de service, qui est indépendant de leur contenu journalistique.

On les achète pour connaître les résultats de la loterie nationale, la météo, les cotes de la Bourse, les horaires de cinéma, les rabais d'épicerie, les petites annonces... ou même pour la chronique bricolage. Mais leur matière journalistique sert avant tout à mettre le lecteur en contact avec la société qui l'entoure et à alimenter ses conversations. L'information significative est celle qui éclaire la société où l'on vit, elle qui nous met en « communion » avec les autres, celle que l'on partage avec ses voisins de quartier, avec les gens que l'on rencontre quotidiennement.³⁵

³⁴ *Ibid.*, p.109-110.

³⁵ Sormany, P. 1990. *Le métier de journaliste : guide des outils et des pratiques du journalisme au Québec*. Montréal : Boréal, p.22.

Ainsi, la lecture d'un journal quotidien, hebdomadaire ou régional, est une activité dynamique où le lecteur est sans cesse confronté à ses opinions, à la grille des faits que lui présentent les journalistes. Car la grille des idées qu'un journal véhicule de manière plus ou moins explicite, l'attire ou le rebute.

En d'autres mots, le rôle du journaliste serait de rapporter l'événement au bénéfice de ceux qui n'ont pu y assister ou de permettre à ceux qui en ont été témoins de pondérer leur jugement, en le confrontant avec un commentateur externe, avec des données additionnelles, souligne l'auteur, qui est également journaliste. En ce sens, il n'est pas là pour indiquer quoi penser, ni pour louer ou réprimander un acteur de l'actualité, mais bien pour témoigner. « Il est l'œil délégué par le lecteur, l'oreille qui doit écouter ce qui se dit, la bouche qui, par procuration, doit poser les questions les plus pertinentes, au nom de tous ceux qui n'ont pas accès à cette information de première main. »³⁶

Mais de toute évidence, les journalistes ne peuvent être de simples courroies de transmission entre les sources d'information et le public. Étant donné que l'information est trop abondante et que chaque auditeur ne dispose que d'un temps limité pour prendre connaissance de l'actualité, le premier rôle du journaliste est de sélectionner l'information. Il va premièrement choisir quelle information présenter, puis de quelle manière il va la présenter (angle d'approche) et finalement, quels éléments importants il conservera, à l'intérieur de chaque histoire. Dans les salles de presse, la nouvelle est de plus en plus présentée en fonction de sa signification, de sa facilité de compréhension et du caractère captivant (spectaculaire) de son traitement.

Et quels que soient les critères explicites du média, les choix ne sont jamais exempts de subjectivité. «Le travail du journaliste, même s'il le fait avec rigueur et honnêteté, implique nécessairement l'exercice du jugement et, par conséquent, la possibilité de se tromper.»³⁷ Un constat inévitable dans la mesure où ce qui est important pour quelqu'un ne l'est pas forcément pour quelqu'un d'autre et qu'une information qui, aujourd'hui, était porteuse d'un certain avenir se révélera sans importance le lendemain. Alors, le journaliste traque l'événement, le politicien, les vedettes et autres personnages publics afin de ne jamais

³⁶ *Ibid.*, p.25.

³⁷ *Ibid.*, p.28.

être pris de court, négligeant par ailleurs le fait social, qui se dessine tranquillement dans l'ombre.

Et puisque le traitement de la nouvelle ne s'arrête pas au simple tri des faits importants, il faut donner un sens aux événements, le rendre compréhensible pour le lecteur. C'est donc à la phase de transmission et de reconstruction du récit, en fonction de règles de communication et d'efficacité rédactionnelle, que le journaliste devra « reconstruire » le réel. Une condition de la réussite de cette étape : les aménagements « essentiels à l'intelligence du propos ne doivent pas modifier les faits, ni leur signification; le message doit être fidèle au réel »³⁸, et ce, même si on le propose sous les traits d'une logique nouvelle.

Face à cette situation, l'idée de remettre en question les choix éditoriaux et les représentations journalistiques, qui prédominent aujourd'hui dans les pages de nos journaux, est déjà présente chez une partie de la population mais fort peu discutée dans les salons.

1.8 Problématique, objectifs et hypothèses de recherche

L'explosion médiatique à laquelle nous avons assisté au cours des dernières décennies a créé une situation de surabondance d'information qui a entraîné les citoyens dans un environnement de surcharge informationnelle où la possibilité de distinguer les communications pertinentes (d'un point de vue politique, notamment) et les communications divertissantes est de plus en plus difficile. Une situation qui, de l'avis de Philippe Breton et Serge Proulx, provoque une saturation médiatique chez les individus qui deviennent accoutumés et désintéressés par le sens des messages.³⁹

Depuis les événements de Seattle, en décembre 1999, l'actualité a régulièrement fait une large place aux Sommets de tout genre et, surtout, à la contestation qu'ils suscitent. Les médias et les spécialistes des communications parlent maintenant de mondialisation, de globalisation mais également d'un mouvement altermondialisation. Selon Gaëtan Tremblay⁴⁰, les Sommets et les réseaux apparaissent comme le terrain idéal pour l'émancipation des

³⁸ *Ibid.*, p.31.

³⁹ Breton, P. et Proulx, S. 2002. L'Explosion de la communication à l'aube du XXI^e siècle, Montréal : Éditions du Boréal, p.193.

⁴⁰ Tremblay, G. (dir. publ.) 2003. *op.cit.*, p.173-185.

nouvelles formes de communication. La tenue des Sommets et le développement des réseaux mettraient donc en lumière des enjeux relatifs à la diversité culturelle, au droit d'accès à l'information comme au contrôle exercé par les grands groupes multinationaux sur les entreprises de presse.

Dominique Wolton évoque même l'idée de l'émergence d'un nouveau projet d'identité culturelle collective préparé par le MAM, qu'il définit comme un fait de société.⁴¹ À son avis, l'effritement des identités collectives, aggravé par la mondialisation économique, explique que le besoin d'identité culturelle refasse surface. Il y a donc une contradiction étonnante entre d'une part, une réalité mondiale qui se fragmente sur le plan culturel et social et, d'autre part, la persistance d'un discours qui reste suspect à l'égard de toute problématique culturelle collective et qui ne s'intéresse qu'aux individus.⁴²

Ainsi, le concept d'identité culturelle collective est formé de deux caractéristiques importantes. La première est le concept de culture au sens classique du patrimoine et celui de culture comme ensemble d'informations, de connaissances, d'intuitions essentielles pour se repérer dans le monde contemporain. La seconde, a une dimension collective qui souhaite intégrer l'hétérogénéité de la société et elle renvoie à la culture moyenne, au sens de la culture partagée par un grand nombre de personnes. Elle réunit des individus qui ne sont ni marginalisés ni dominants mais qui se sentent à la fois inscrits dans la société contemporaine et « écrasés pas le rouleau compresseur de la modernité. »⁴³

Suite à la lecture des différents auteurs, quelques idées intuitives ont émergé, pour servir de base à l'élaboration de cette problématique de recherche et à la réalisation de nos objectifs de recherches. Le but de cette recherche est, dans un premier temps, de comprendre pourquoi certaines représentations de la réalité sont répétées par les médias de masse et particulièrement par les journalistes et, dans un second temps, de voir comment les acteurs politiques et les journalistes font usage des médias afin d'influencer l'opinion publique.

⁴¹ Wolton, D. 2003. *op.cit.*, p.196.

⁴² *Ibid.*, p.57.

⁴³ *Ibid.*, p.58.

Mais posée de cette manière, la relation entre les médias et l'utilisation des représentations demande également de prendre en compte l'étude du «climat d'opinion» au sein duquel des thèmes peuvent être problématisés, faire l'objet de controverses, être traités, mis en sommeil ou disparaître du débat collectif. Et parce que de plus en plus les chercheurs du domaine de la communication cherchent à découvrir comment les acteurs décisionnels politiques et les journalistes font usage des médias, nous questionnerons l'idée de la politisation de la représentation dans l'espace public médiatique. C'est-à-dire que nous explorerons la formation de l'opinion publique, la construction d'agenda et la publicisation des enjeux sociaux qui sont dorénavant accompagnés par le régime des relations publiques généralisées.⁴⁴

Ce mémoire s'oriente vers une analyse comparative des représentations des groupes altermondialistes dans les journaux, lors des Sommets des Amériques de Miami, en 1994 et de Québec, en 2001. Nous voulons savoir quelle est la nature des représentations publiques véhiculées par les journalistes dans les quotidiens, lors des Sommets des Amériques.

La problématique principale de cette recherche est donc de décortiquer quel genre de couverture médiatique offre la presse écrite américaine et canadienne, afin de déterminer de quelles manières les journalistes abordent les enjeux liés à la présence de groupes altermondialistes, lors des Sommets des Amériques. Nous tenterons ensuite d'établir quels thèmes ont été privilégiés par les journalistes et les entreprises de presse qui les emploient.

Ainsi, grâce à une lecture avertie et une observation documentée de la scène médiatique nord-américaine nous sommes arrivés à déterminer que tout mouvement social mettant en lumière les actions, les revendications et les intérêts d'une organisation civile (politique ou sociale) obtient une part de la couverture de presse, selon que le journaliste juge intéressants les événements ou les faits liés aux revendications du groupe. Depuis de nombreuses années, les organisations civiles utilisent donc de plus en plus les relations publiques pour se faire voir des médias et faire entendre leurs messages.

⁴⁴ De la Haye, M. et Miège, B. 1984. Dissonances critique de la communication, Aubenas d'Ardèche : La Pensée sauvage.

Mais d'une manière plus spécifique, c'est en regard des hypothèses et de la définition de l'article bien écrit que l'on retrouvera le plus de points divergents lors de l'analyse des contenus des articles de presse. Tout l'intérêt de ce mémoire repose sur l'idée de démontrer quelle réalité est présentée par les journalistes lors des Sommets des Amériques, soit quels thèmes sont les plus rapportés par les journalistes, quelles sont les représentations les plus populaires dans la presse canadienne et américaine et quelles images sont véhiculées par la presse écrite et transmises aux lecteurs pour rapporter l'action des groupes altermondialistes dans l'espace public.

Nous avons formulé les hypothèses de recherche suivantes pour les valider lors de la quatrième partie de l'analyse et interprétation des résultats. Premièrement, nous postulons que les entreprises de presse américaine ne présentent pas les mêmes enjeux et thèmes que les entreprises de presse canadienne, que leur angle d'approche doit être beaucoup plus économique et favorable à la ZLÉA. Deuxièmement, nous désirons démontrer si la presse écrite canadienne présente de manière plus favorable ou non les groupes altermondialistes lors des deux Sommets. Finalement, nous croyons que les traditions politiques et les pratiques journalistiques américaines vont orienter le contenu de la presse écrite contre une action d'opposition à la ZLÉA et au libre-échange de la part de manifestants et groupes d'intérêts.

CHAPITRE II : CADRE DE RÉFÉRENCE THÉORIQUE ET CONCEPTUEL

Le présent chapitre vise à établir les précisions nécessaires à la compréhension des différentes conceptions théoriques associées à la problématique des représentations. À travers une analyse comparative de contenu de la couverture médiatique des Sommets des Amériques, nous cherchons à voir comment les acteurs politiques et particulièrement les journalistes, utilisent les médias pour transmettre leur vision du monde, leurs représentations de la réalité.

Cette présentation théorique est motivée par un travail de segmentation de l'hypothèse. On y retrouve les éléments qui nous réfèrent aux contextes spécifiques de l'Amérique du Nord et à l'émergence de nouveaux modèles de représentation, liés aux pratiques d'écriture canadiennes et américaines. Mais puisque ce mémoire de recherche demeure une étude comparative du traitement de l'information (analyse de contenu), nous orientons notre analyse sur le concept de l'espace public et plus précisément sur le modèle de construction d'*agenda setting* par les médias.

Nous privilégions donc des auteurs liés à l'analyse politique de la communication qui s'intéressent au processus à travers lequel les intérêts individuels, politiques, économiques, sociaux et idéologiques sont construits et transmis par les médias. Nous basons notre étude sur les travaux d'Anne-Marie Gingras, de Bernard Miège, d'Éric Neveu, de G. Ray Funkhouser, Mac Kuen, d'Armand Mattelart, de Gaëtan Tremblay et, bien entendu, de Dominique Wolton. Dans ce contexte, le modèle d'analyse est orienté sur les effets du conditionnement des médias et vers la construction de l'ordre d'importance décidé par la presse écrite, afin d'influencer les représentations et les perceptions des groupes altermondialistes au sein de l'opinion publique.

On conçoit la référence obligée à l'espace public, puisque les exigences contemporaines des personnages politiques prennent forme en amont de la production médiatique. Par conséquent, nous accordons une attention particulière à la question de l'accessibilité de l'espace public et au rôle contesté des médias, en matière de participation politique dans un système démocratique. Étant donné que l'inégalité d'accès aux médias ne relève pas du hasard; le choix des acteurs sociaux qui ont accès aux médias se fait sur une

base idéologique, et la prééminence dans les médias de certaines idées, de certaines valeurs, correspond à la primauté de certains acteurs sociaux.

De plus, comme nous rendons compte d'un événement politique, social et culturel, à partir de la couverture médiatique qui en est faite par la presse écrite, nous abordons le concept de représentation. Plus particulièrement comment les journalistes travaillent les perceptions sensorielles et l'émotif, afin de produire un discours objectif sur un sujet donné. Nous nous attardons au rapport avec le réel événementiel, plus important et approprié que n'importe quel point de vue subjectif si on désire rallier une proportion importante du lectorat diversifié d'un journal d'information à grand tirage.⁴⁵

2.1 Orientation et approche théorique

Selon Alain Touraine⁴⁶, la vie démocratique s'est d'abord organisée autour des Parlements, puis des partis politiques. Aujourd'hui, c'est dans le vaste monde des médias que se mènent les débats qui constituent les enjeux de l'action démocratique.⁴⁷ L'importance de l'étude des médias tient à l'idée qu'ils participent activement à la construction des identités sociales et politiques et qu'ils offrent aux habitants d'un territoire, une culture commune et idéalement une communauté de points de vue sur le monde. Dans les pays démocratiques, qui préservent à la fois la liberté d'information, d'expression et de communication, le pluralisme des médias valorise ces fonctions sociales ainsi que ce rôle de forum de débat voire de contestation qui passe aussi par la connaissance des événements de l'actualité locale comme nationale.

Bien que l'idée d'une sphère publique puisse être associée à une multitude de lieux et qu'elle demeure largement définie par les médias, sous aucun prétexte, on ne peut la réduire qu'aux médias, estime Anne-Marie Gingras. Cette auteure explique que le pouvoir des médias s'appuie sur la diffusion des idées qui représentent le monde actuel comme le

⁴⁵ Brin, C., Charron, J. et de Bonville, J. 2004. Nature et transformation du journalisme : Théories et recherches empiriques, Ste-Foy : Presses de l'Université Laval, 454 p.38

⁴⁶ Touraine, A. 1994. Qu'est-ce que la démocratie?, Paris : Fayard, p.160.

⁴⁷ Gingras, A-M. et Carrier, J-P. 1995. «Les médias comme espace public : enquête auprès de journalistes québécois», *Communication*, vol.16, no 2, p.20-28.

meilleur et le seul qui puisse exister. Elle explique par ailleurs que les médias veulent nous faire croire que le pouvoir naturalise et normalise les inégalités sociales existantes, en offrant un ensemble de modèles de bonheur, de vie et de travail susceptibles d'inciter à agir.⁴⁸

D'autres auteurs, tels qu'Althusser et Kellner⁴⁹, qui croient que la démocratie et les médias s'étudient invariablement ensemble, s'entendent pour accorder aux médias un rôle de forum d'échanges, qui permet la prise de décision éclairée et l'émancipation par le partage d'expériences vécues. Une vision bien en règle avec celle de l'école critique, qui conçoit les médias non seulement comme des appareils idéologiques, mais également des terrains de lutte permettant de combattre la reproduction idéologique dominante.

S'intéresser aux relations entre les milieux politiques et journalistiques, signifie appréhender la communication politique de manière dynamique ou constructiviste et non plus sous l'angle des fonctions et des effets des médias. En ce sens, il nous est cependant possible de d'expliquer que les médias ont diverses fonctions, qui sont liées autant aux objectifs de l'émetteur qu'aux besoins du ou des destinataires, nous disent Albert et Leteinturier⁵⁰ : information, documentation, formation, divertissement, activité culturelle, création artistique, aide à la créativité professionnelle, etc. On dit des médias, qu'ils sont un « facteur important de la socialisation des individus, un vecteur du lien social entre les membres d'une communauté car ils assurent la transmission à l'ensemble du groupe du système de valeurs propres à ce groupe.

2.1.1 La communication politique et les médias

Si l'élection constitue encore un sujet privilégié des universitaires, on constate cependant un intérêt grandissant pour des recherches sur le pouvoir qui ont comme objet d'étude les institutions formelles. Ainsi, la représentation médiatique des femmes, la couverture d'événements politiques importants (guerres, émeutes, scandales, sommets, etc.) et les phénomènes sociaux (racisme, pauvreté, violence, etc.) ont été projetés à l'avant scène des recherches et des publications libérales et critiques, du domaine de la communication politique au cours de 25 dernières années.

⁴⁸ *Ibid.*, p.16.

⁴⁹ *Ibid.*, p.15.

⁵⁰ Albert, P. et Leteinturier, C. 1999. Les médias dans le monde : enjeux internationaux et diversités nationales. Paris : Ellipses, p.5.

Nous vivons une époque de grande effervescence des communications, où les journalistes, les hommes politiques et l'opinion publique sont coincés dans une sorte de triangle infernal, faisant que le rôle et le pouvoir de chacun peuvent varier en fonction de des médias. C'est-à-dire que la force de l'un peut être accrue au profit de l'autre, et le désir du pouvoir politique de contrôler l'information peut devenir plus important, selon ce qui est présenté dans les médias. Car comme le dit Blaise Lempen, « L'information est de toute façon liée au pouvoir, parce qu'elle est le moyen par lequel est véhiculé le savoir qui transite dans une société. L'évolution de la nature du pouvoir donne à l'information un rôle primordial, mais dont les conséquences dépendent de l'utilisation qui en est faite. »⁵¹

Actuellement, cette situation fait que nous avons d'un côté, un pouvoir qui cherche à limiter la diffusion du savoir et à accaparer l'information à son profit, en freinant la circulation de l'information dans la collectivité, et à canaliser l'information, en développant des nouveaux moyens d'information. Ainsi, le pouvoir qui a besoin de l'information - mais la craint lorsqu'elle est entre d'autres mains - cherche continuellement à en contrôler la répartition et la circulation. Puis d'un autre côté, nous retrouvons la communication individuelle qui tente de limiter les avantages du pouvoir politique, en faisant circuler le savoir entre les membres de la collectivité. Ainsi, « l'information qui est au centre de la lutte de pouvoir, passe consécutivement du statut d'instrument au service du pouvoir, à celui du contre-pouvoir⁵² », rapporte Lempen. Fonctionnant comme un quatrième pouvoir, l'information se distingue pourtant des pouvoirs traditionnels dans la forme et l'aspect, puisqu'elle supporte les bases d'une structure autonome du pouvoir.

Mais à la différence des trois autres, le quatrième pouvoir, qui repose sur la base constitutionnelle de la liberté d'expression, ne dépend d'aucun mandat populaire, ne dispose d'aucune représentativité officielle au Parlement et d'aucune délégation explicite du pouvoir. L'information trouve alors sa légitimité dans les liens qu'elle entretient avec les autres pouvoirs qui ont une base démocratique; « ceux-ci lui prêtent une part de leur légitimité, dans la mesure où elle fonctionne comme leur instrument; elle justifie ainsi sa dépendance à

⁵¹ Lempen, B. 2000. «Le droit à l'information», Information et pouvoir. Essai sur le sens de l'information et son enjeu politique. Lausanne : L'Âge de l'Homme, p.109.

⁵² *Ibid.*, p. 115.

l'égard des pouvoirs, puisqu'elle ne dispose par ailleurs d'aucun pouvoir reconnu explicitement. »⁵³ Toutefois, l'unique autorité dont elle dispose tient au savoir qu'elle diffuse et par lequel on l'associe aux sphères dominantes, qui en sont généralement les détenteurs.

Mais le rapport de force qui existait auparavant entre la logique de l'information, de l'opinion publique et de l'action, a été déstabilisé par le triomphe des communications modernes qui en ont changé la forme. Jadis, c'était la logique du pouvoir qui dominait l'information et le public; maintenant, c'est la communication et l'opinion publique qui imposent leur logique de pouvoir.

Les éléments du déséquilibre sont simples à comprendre : la communication l'emporte maintenant sur les hommes politiques pour de multiples raisons, nous dit Wolton. « Les hommes politiques occidentaux qui sont élus pour une courte durée, avec une marge de manœuvre faible, sont confrontés à des contradictions multiples : les médias sont nécessaires pour valoriser leur action, mais ils soulignent en même temps la faiblesse de leur marge de manœuvre, en guettant leurs moindres gestes. »⁵⁴ Dans cette situation, la pression de l'information et de l'événement est si importante que, l'acteur est déstabilisé du fait que l'image et l'information ont acquis plus de portée que l'action réelle. Car il ne faut jamais perdre de vue que les hommes politiques ne sont pas jugés seulement à leur capacité d'action, mais aussi d'après ce que les journalistes disent qu'ils font ou ne font pas.

Ainsi, à partir d'une image positive ou négative, dont la différence tient souvent à peu de choses, les hommes politiques se voient comparés à des baromètres et attribués des cotes de popularité par les médias. Grâce aux sondages qu'ils commandent et commentent à volonté, les médias deviennent les arbitres des relations entre les citoyens et les politiciens et, sous la pression, ces derniers multiplient les activités de communication tous les six mois, en inventant chaque fois un nouveau style qui ravit les médias et les place de façon croissante dans une logique communicationnelle. Mais les acteurs politiques sont en vérité les perdants de cette hypermédiation, estime Wolton, car les citoyens croient qu'ils sont tous devenus des spécialistes de la « communication spectacle » pour satisfaire les médias.

⁵³ *Ibid.*, p.112.

⁵⁴ Wolton, D. 1997. *Penser la communication*, Paris : Flammarion, p.147.

Du point de vue de Wolton, « l'influence conjointe des médias et de leurs sondages est réellement néfaste puisqu'elle amplifie la confusion à court terme et obscurcit la perspective à moyen ou long terme⁵⁵ ». Or, un paradoxe bien clair nous apparaît entre l'information et les sondages, qui devrait permettre aux hommes politiques de mieux saisir la réalité et aux citoyens de relativiser le discours des dirigeants. Cependant, les médias arrivent justement aux résultats inverses et brouillent les visions, en provoquant une surexposition à court terme de nombreux acteurs.

Le fondement du problème vient du déséquilibre qui existe en raison d'une abondance de journalistes qui véhiculent dans l'espace public une représentation bien particulière de la réalité et ceux qui tentent de donner une analyse pondérée des décisions et du rôle des hommes politiques sur la scène publique. Une situation qui a favorisé l'homogénéisation des modes de vie et des styles de pensée, tout comme la perte de points de repère importants dans les structures sociales, culturelles et idéologiques. Ainsi, le citoyen est aujourd'hui privé des filtres à travers lesquels passaient les chiffres et les interprétations dont il avait besoin pour décoder la réalité représentée par les journalistes.

2.1.2 Les conséquences du déséquilibre des pouvoirs

En dépit de cette apparente hypermédiation de la réalité et de l'omniprésence de toutes sortes d'indicateurs sociaux, économiques et politiques, les crises sociales sont toujours aussi inattendues et violentes, voire plus aiguës lorsqu'on parle de contestation des phénomènes liés la mondialisation. Car la technocratisation de la perception de la société, initiée par les médias, a considérablement compliqué l'exercice démocratique, en réduisant les marges de manœuvre des politiques. En fait, ces derniers voudraient bien voir la réalité, mais ils sont confrontés à un casse-tête médiatique créé par le maillage de chiffres, de baromètres, de statistiques, d'habitudes mentales et de visions divergentes du monde. Conséquence : ils oublient l'existence d'une autre réalité sociale, celle des citoyens.

Les citoyens, loin de vouloir qu'on leur fasse de grandes promesses, ont néanmoins besoin de croire que les dirigeants savent ce qu'ils veulent et ce qu'ils font. Une situation qui, faute de remède, mène tout droit au décrochage social et politique, puisqu'elle pousse aux

⁵⁵ *Ibid.*, p.152

conflits et conduit les mouvements sociaux aux revendications et aux grèves, qui coûtent finalement plus cher à la collectivité qu'un minimum de dialogue social.

Et ensuite, quand la crise sociale éclate, la logique de l'événement prend trop de place dans l'économie de la communication où les effets de concurrence sont aussi forts que la logique événementielle.

Non seulement les médias posent alors le problème de la « capacité du pouvoir » à résoudre la crise, mais bientôt c'est l'« autorité » et même la « légitimité » politique qui sont mises en cause. [...] Après chaque phase critique, les médias concluent que les dirigeants sont affaiblis, déstabilisés, voire délégitimés. Sans jamais se poser la question de savoir si par leur manière de faire ils n'ont pas eux-mêmes contribué à la déstabilisation, qu'ils analysent ensuite doctement!⁵⁶

C'est ainsi que dans une situation tendue ou de crise, les médias ont tendance à revendiquer un rôle plus important dans l'espace public, parfois de médiateur pour résoudre la crise et faire avancer le dialogue, en affirmant que les choses iraient plus vite si les protagonistes étaient mieux informés. Alors, au lieu de favoriser la résolution du conflit et d'améliorer les relations entre les citoyens et les dirigeants politiques, les médias essaient de réduire la portée des crises à un problème « d'information », alors que le réel problème se situe dans la gestion d'un rapport de force politique où l'information n'est qu'un élément.

Quoi qu'il en soit, les médias occupent un rôle fondamental dans la société parce qu'ils détiennent les instruments de production et de diffusion de l'information, et à travers ces instruments, sur l'accès à l'espace public, rapporte Anne-Marie Gingras. Les médias et plus particulièrement le média dominant, la télévision, participent activement à la construction sociale de la réalité et peuvent engendrer des effets réels, c'est-à-dire faire croire à ce que la télévision fait voir.⁵⁷

2.2 Concepts et fondements de l'espace public

L'observation des règles de la communication politique et des conflits entre les acteurs médiatiques et politiques, constitue maintenant l'étude de l'espace public, lieu où

⁵⁶ *Ibid.*, p.154.

⁵⁷ Gingras, A-M. 2004. *op.cit.*, p.41.

s'exercent les dynamiques du pouvoir sous toutes ses formes. Le pouvoir est ainsi abordé de manière institutionnelle et informelle, matérielle et symbolique. L'analyse des espaces publics s'articule autour de trois axes : tout d'abord, les organisations médiatiques et culturelles (leur fonctionnement et leur économie politique); puis les messages politiques provenant des gouvernants ou des acteurs de la société civile (la rhétorique et l'argumentation, la publicité); et enfin les phénomènes de communication politique (la réception, la persuasion, la propagande, l'opinion publique, la « double pensée », l'agenda setting et l'agenda building, etc.).⁵⁸

Les situations où l'on retrouve des acteurs politiques symboliques et d'autres acteurs de type « protestataire » sont possibles et permettent la rencontre d'au moins deux sphères, nous explique Fabien Granjon. D'une part, un espace commun, le lieu de constitution d'un « être-ensemble » qui s'élabore sur la base des expériences singulières et particulières de la sphère privée et d'autre part, un espace public où circule de l'information et se déploient des échanges permettant le maintien de la communauté. La réunion de ces deux sphères est l'unique condition pour constituer une communauté dite politique et efficace, qui permette « à chacun des membres du groupe de mobilisation une maîtrise symbolique de la situation, en proposant une réponse à la triple question suivante : qui sommes-nous? Contre qui nous battons-nous? Au nom de quoi?»⁵⁹ En se définissant ainsi, les groupes protestataires affirment leurs positions et annoncent la place qu'ils désirent occuper dans l'espace public.

En ce sens, Louis Quéré⁶⁰ souligne l'existence de deux paradigmes pour aborder l'espace public. Il mentionne premièrement, la sphère de libre-expression, un espace de communication d'où émerge l'opinion publique à partir de discussions entre protagonistes faisant appel à des arguments rationnels; et deuxièmement, la scène d'apparition publique où des acteurs (mais aussi des actions, événements ou problèmes sociaux) obtiennent une visibilité publique. Car ce sont les processus de publicisation des enjeux, de construction et

⁵⁸ *Ibid.*, p.65

⁵⁹ Granjon, F. 2003. « Mouvement altermondialisation et dispositifs de communication sur réseaux » 2001 Bogues Globalisme et Pluralisme : Communication, démocratie et globalisation, sous la dir. d'Armand Mattelart et Gaëtan Tremblay, p.151 Ste-Foy : Presse de l'Université Laval.

⁶⁰ Quéré, L. 1992. « L'Espace public : de la théorie à la métathéorie sociologique », *Quaderni*, no 18, Paris, p.75-82.

de transmission des représentations qui font qu'un thème est mis en scène publiquement et apparaît sur la scène publique indépendamment de toute argumentation rationnelle.

Selon cette idée, l'émergence de publics spectateurs réflexifs, c'est-à-dire des gens qui sont en mesure de réfléchir sur les cadres sociaux et politiques, seraient pris en compte dans la production publique des arguments de représentations. Une posture énoncée par Jürgen Habermas⁶¹, qui évoque l'idée de sphère publique, à travers l'espace rationnel où se discutent les questions pratiques et politiques, et où la rationalité des arguments sert à convaincre les membres d'une société [les uns envers les autres]. Il envisage donc l'espace public comme une instance médiatrice entre l'État, la famille et la société privée.

2.2.1 Les définitions de l'espace public

Selon Pierre Chambat, l'espace public est d'abord le lieu où des signes et des indices sont mis à la disposition des citoyens pour déchiffrer les idées auxquelles ils s'associent, pour faire les liens et poser des gestes nécessaires à un engagement civique. Ensuite, l'espace public désigne « la constitution d'une intersubjectivité pratique, de la reconnaissance réciproque comme sujet, de la liaison des personnes et de l'enchaînement de leurs actions dans la coopération sociale. »⁶² Finalement, l'auteur lui attribue une portée politique puisqu'il désigne « l'ensemble des scènes, plus ou moins institutionnalisées, où est exposé, justifié et décidé un ensemble d'actions concertées et orientées politiquement »⁶³. Se basant sur l'idée de la participation à la délibération collective, il prétend que l'action en commun y est régie par les modalités de l'agencement entre espace social et espace politique et donc par les formes de la communication politique.

Ainsi, l'espace public recouvre à la fois les lieux, les espaces physiques et le principe constitutif d'une action politique qui s'y déroule. Une action qui doit être reconnue comme démocratique et qui doit désigner à la fois des réalités empiriques et des racines historiques,

⁶¹ Habermas, J. 1978. L'espace public : Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise, Paris : Payot.

⁶² Chambat, P. 1995. « Espace public, espace privé : le rôle de la médiation technique », L'espace public et l'emprise de la communication, Grenoble : Ellug, p.66.

⁶³ *Ibid*, p.67.

dans lesquelles est contesté le principe d'autorité de toutes les institutions. Selon cette notion, l'espace public se transforme en espace de médiation.

Comment faire la distinction entre ce qui est public et privé ? À partir de deux critères : matériel et institutionnel, qui s'entrecoupent partiellement selon les moments et les actions. Au sens matériel, c'est la nature des activités (jouissances privées et participation politique) qui est mise de l'avant pour souligner l'opposition entre la *privacy* et les problèmes politiques. Le recours au critère institutionnel met en évidence des lieux ou des problèmes spécifiques auxquels on attribue le caractère de public, pourvu qu'ils relèvent d'une institution publique. Le caractère secret et l'inaccessibilité du privé est quant à lui une condition de sa protection, c'est pourquoi le privé s'oppose au public. Difficile alors de tracer une « réelle frontière entre public et privé pour concilier liberté d'expression et la sécurité publique » des citoyens et des politiques.⁶⁴

Mais de l'avis de plusieurs, il n'existe pas d'espace public naturel en soi et, par conséquent, l'attention doit être portée sur l'évolution et la perméabilité de la frontière entre public et privé mais aussi sur l'évolution des significations que ces notions revêtent, sur les processus de construction symbolique des espaces et des problèmes publics.

En somme, bien que le modèle de référence soit constitué de l'espace public grec : l'agora, le lieu physique où se rencontrent les citoyens pour débattre des affaires publiques de la Cité; l'espace public bourgeois, étudié par Habermas, oriente l'observateur à travers la discussion publique argumentée et rationnelle, l'acceptation d'un examen et d'une mise à l'épreuve de la force des arguments devant un public. C'est ce modèle qui, aujourd'hui, est largement accepté et sur lequel est calquée la démarche critique d'une théorie de l'agir communicationnel et de la rationalisation sociale.⁶⁵

2.2.2 La communication politique et la construction des opinions publiques

La construction de nouveaux espaces citoyens de discussion et la multiplication des canaux de communication politique provoquent une recomposition du registre politique et un réagencement des représentations que se font les acteurs de la sphère politique des enjeux

⁶⁴ Chambat, P. 1995. *op.cit.*, p.68-69.

⁶⁵ Breton, P. et Proulx, S. 2003. *op.cit.*, p.191.

d'actualité liés à la mondialisation. Plusieurs auteurs mentionnent des mutations dans l'espace public actuel, qui coïncident avec l'espace social et symbolique circonscrit par les médias et par les technologies de l'information et de la communication.

Ce sont des éléments et des conceptions qui nous obligent à penser aux conditions dans lesquelles les citoyens sont forcés de forger leur jugement politique et de réfléchir aux principes fondamentaux de la participation du peuple au gouvernement qui assurent l'existence d'une opinion publique éclairée. Car l'avènement des médias et de la culture de masse n'a pas facilité la prise de parole citoyenne puisque tout au long du siècle, la parole publique a été progressivement prise en charge par des élites. Celles-là mêmes qui contrôlent encore les moyens modernes de communication et qui favorisent la création d'autorité légitime pour parler au nom du peuple et alimenter les médias.

Puisque le suffrage universel a longtemps été le seul moyen de mesurer la satisfaction publique à l'égard des politiques, il importe d'étudier la formation de l'opinion publique à partir du concept d'espace public et d'évaluer la représentativité de la presse de masse qui, en théorie, en est le reflet. Cause ou conséquence... La pratique massive des sondages et le rôle des médias de masse dans l'information politique ont accéléré la crise de ce système représentatif. « La production de l'opinion publique est d'une part liée au mode de légitimation des rôles de la « médiocratie », des instituts de sondages et des conseillers en communication vis-à-vis de la classe politique. Elle exerce d'autre part une fonction de régulation ou de gestion des représentations collectives »⁶⁶, écrit Isabelle Paillart. Si l'apparence d'un accroissement de la visibilité de l'opinion publique permet de croire à un élargissement de l'espace public, la légitimité des formes de production et de diffusion de l'opinion publique médiatisée reste problématique. C'est pourquoi de nombreux chercheurs soulignent le besoin de reconstruire un modèle général de représentation, en vue de réussir à intégrer de nouveaux modèles de conduites normatives dans la vie sociale.

De cette réflexion critique autour de la redéfinition de l'étendue et des fonctions de l'espace public moderne ont émergé trois types de recherches. Les recherches du premier type portent sur la médiatisation des espaces publics et les nouvelles conditions pour

⁶⁶ Paillart, I. 1995. L'espace public et l'emprise de la communication, Grenoble : Ellug, p.8.

maintenir ou réaliser la démocratie. Celles du deuxième type traitent de la construction d'agenda opérée par les médias de masse, et cherchent à saisir les interactions entre l'ordre d'importance accordée aux enjeux sociaux par la couverture médiatique et l'ordre d'importance attribuée à ces mêmes enjeux par le public. Les recherches du troisième type adoptent une perspective orientée vers le cadrage de l'information, en proposant l'idée que la réception publique des événements permet de saisir les mécanismes par lesquels certains problèmes ou événements sociaux sont portés à l'attention du public et comment ces problèmes ou événements acquièrent leur place (existence sociale) à travers la médiatisation.

Ainsi compris, l'espace public agit comme un « fil rouge » qui met en jeu autant l'agir communicationnel que le devenir du politique ou la constitution du lien social, explique Bernard Miège.⁶⁷ Il faut étudier les relations qui se nouent entre les médias, les techniques de communication et les médiations sociales pour déceler les logiques constitutives et comprendre comment les médias de masse affectent les changements sociaux. Afin de rendre compte de la démultiplication des espaces publics l'auteur propose quatre modèles de communication : la presse d'opinion, la presse commerciale, les médias audiovisuels de masse et les relations publiques généralisées.

La presse d'opinion, qu'on appelle aussi presse d'idées, gagne en popularité et devient disponible dans les premières sociétés démocratiques, au milieu du XVIII^e siècle. Malgré l'opposition toujours grandissante de la plupart des gouvernements, c'est autour d'elle que s'organisent les premiers espaces publics européens. De fait, une très grande proximité s'établit entre les journaux et leurs lecteurs pour permettre aux « bourgeois éclairés de pratiquer l'*Aufklärung*, c'est-à-dire l'usage public de la raison par l'argumentation et l'échange des opinions, et ainsi de créer un espace de médiation entre l'État (habitué au secret sous la monarchie) et l'espace des vies privées. »⁶⁸

Dans la presse commerciale, qui a pris le dessus à partir du milieu du XIX^e siècle, la ligne politique s'affirme de façon nettement moins polémique, elle se dissimule plus ou moins sous la forme et la diffusion des informations; la publicité est dorénavant clairement

⁶⁷ Miège, B. 1995. « L'espace public : perpétué, élargi et fragmenté », L'espace public et l'emprise de la communication, sous la dir. Pierre Chambat et Isabelle Paillart, Grenoble : Ellug, p.164.

⁶⁸ *Ibid.*, p.165.

dissociée de la rédaction, et les genres journalistiques se forment. On assiste à la formation de la première presse de « masse », liée au régime parlementaire et qui se fait régulièrement l'écho de l'opinion publique afin de détourner les règles de la manipulation et de la propagande, en fournissant une « construction » et une « mise en représentation ». Ainsi, la presse commerciale s'interpose entre les lecteurs-citoyens, tenus à l'écart de la politique publique et les appareils politico-informationnels, pour rendre compte des différentes catégories d'opinions grâce au concept de liberté de presse garantie par le pouvoir politique.

Avec les nombreux travaux de sociologie et d'anthropologie culturelle, c'est à partir du milieu du XX^e siècle que les effets des médias audiovisuels de masse se sont fait connaître. Depuis, ces médias sont étroitement liés à la publicité et à la montée des techniques du *marketing* dans la communication sociale (ciblage, stratégies d'influence sur les groupes et les audiences, rôle croissant de l'image et du positionnement par un contrôle de l'image que l'on donne de soi...).⁶⁹ Ainsi, on a pu observer que les médias de masse mettaient encore plus l'accent sur le divertissement, que la presse commerciale pour diffuser l'information ou la production artistique, s'assurant ainsi de la domination du « spectacle » et de la représentation, au détriment de l'argumentation et de l'expression.

Mais le modèle médiatique de masse, mis de l'avant depuis la fin des années soixante-dix, et qui domine la plupart des sociétés libérales-démocratiques ne serait pas complet sans l'émergence des relations publiques généralisées. Car désormais les États, les entreprises, les institutions sociales et les administrations publiques reprennent les techniques de gestion du social et les technologies de l'information et de la communication pour améliorer leurs propres stratégies de communication. Leur but est simple : fabriquer de l'adhésion. De plus, les stratégies d'information des médias audiovisuels de masse choisissent de s'adresser d'abord aux groupes et aux audiences, pour s'insérer dans les rapports sociaux existants et dans les structures culturelles et politiques déjà en place, s'assurant ainsi de renforcer leur domination.

Si on ajoute à cette situation une gestion impressionnante du consensus social et culturel, on constate une réduction de l'expression des différences, des conflits et des

⁶⁹ *Ibid.*, p.167.

oppositions entre les relations publiques généralisées et la presse de masse. Ce qui maintient la presse d'opinion et réduit les moyens d'expression des classes dominées, car l'espace public est aujourd'hui fondé d'une multiplicité d'espaces partiels juxtaposés et qui ne communiquent pas entre eux malgré l'émergence de nouvelles technologies. La diffusion des discours politiques et culturels est donc réduite dans l'espace public.

2.3 Rôle des médias dans la fragmentation de l'espace public

Pour arriver à expliquer la forme actuelle de l'espace public, il faut d'abord résoudre la question du nouveau rapport entre l'identité culturelle et la communication, qui n'est pas tout à fait un problème de nouvelles techniques, ni d'économie culturelle, ni de communication, mais plutôt du rapport entre ces trois éléments. Un rapport qui permet de distinguer les enjeux techniques, économiques et politiques, de la culture et la communication, qui ne sont pas encore vécus comme des enjeux politiques fondamentaux, souligne Wolton⁷⁰. Envisagé de cette façon, un espace symbolique peut être considéré comme public si les opinions qui s'y expriment se répercutent ou sont diffusées, au moyen d'un média à destination d'un vaste public.

Mais la communication politique, qui apparaît comme une condition du fonctionnement de l'espace public élargi, est corrélative du déclin de la représentation et de l'exercice traditionnel des activités politiques de l'État et des partis. Ce qui explique que dans un modèle électoral basé sur la représentation et les sondages, le métier d'élu et de responsable politique se déplace vers la médiatisation. Ainsi, les nouveaux acteurs : les journalistes de télévision, les politologues, les instituts de sondages et les conseillers en communication, disputent aux hommes politiques la formation des opinions et des choix politiques des électeurs (lecteurs).

2.3.1 Les approches événementielle et symbolique

Les recherches empiriques de Louis Quéré et Michel Barthélémy ont tenté de faire la lumière sur les mécanismes de publicisation d'actions, de paroles, d'acteurs ou d'événements

⁷⁰ Wolton, D. 1997. *op.cit.*, p.72.

dans l'espace public. Partant d'une définition Arendtienne et phénoménologique de l'espace public, ils tentent d'« analyser empiriquement cette phénoménalisation interdépendante de la politique, du monde commun et de l'espace public, qui passe par la « construction sociale » des événements, des problèmes, des acteurs et des actions publiques ». ⁷¹ Leurs analyses indiquent que l'événement acquiert son caractère public à travers la description, et mettent en lumière l'importance de l'effet des différentes descriptions d'un même événement sur l'orientation du contexte de réception. Selon cette perspective, l'événement public n'existe pas en soi comme une entité séparée de sa médiatisation, il est indissociable de sa présentation publique et coïncide avec sa représentation médiatique. C'est dans le processus de publicisation et de médiatisation que l'événement acquiert son identité et se constitue dans l'espace public.

Aujourd'hui, on constate que les médias de masse ont apporté de nombreux changements à l'espace public et qu'ils remplissent simultanément plusieurs fonctions. L'approche symbolique énonce que les médias servent notamment de support aux débats, donnent un lieu aux débats publics et constituent un alternatif à l'espace public. « Mais si les médias font, ils sont également l'espace public moderne, annonce Mihai Coman. En amplifiant le nombre de personnes pouvant avoir accès aux débats dans l'espace public, ils sont devenus l'instrument de diffusion global, un facteur d'intégration dans la sphère publique et de démocratisation de la vie politique. ⁷² »

Or, il est possible de concevoir les médias comme des producteurs d'espaces publics puisqu'ils proposent un système de construction de signification et de négociation pour les différentes représentations du monde. Ainsi puisque les médias fonctionnent selon une symbolique rationnelle particulière, en raison des schémas de création et de distribution des messages, ils offrent des espaces de communication rituelle, de débats, de négociation, de sauvegarde et de création identitaire.

Parce que les journalistes ne sont pas que des médiateurs, mais des créateurs, ils servent des figures du vocabulaire symbolique de la culture environnante et de la syntaxe

⁷¹ Breton, P. et Proulx, S. 2003. *op.cit.*, p.218.

⁷² Coman, M. 2003 « Une approche symbolique de l'espace public », In 2001 *Bogues Globalisme et Pluralisme : Tic et Société*, sous la direction de Gaëtan Tremblay, p.262-263, Ste-Foy : Presse de l'Université Laval.

narrative familière aux membres de cette culture pour construire leurs récits. Ainsi, ils viennent confirmer et légitimer l'utilisation de codes et de systèmes de valeurs culturelles, à des moments où ils sont justement mis en doute par les crises sociales et politiques.

Le rôle des journalistes est très important dans la construction du sens des messages puisqu'ils en révèlent la matérialisation en construisant un discours de type cause à effet, qui est souvent basé sur une présentation discursive des faits et de l'univers environnant (les représentations). Sous la pression du temps, ils agissent dans la réalité immédiate et « utilisent les unités narratives disponibles et partagent leurs représentations avec le public afin d'articuler la réalité en toute cohérence ».⁷³ C'est pourquoi qu'en temps de crise, les journalistes utilisent des mythifications et des représentations afin d'affronter une double pression. La pression des faits confus, chaotiques, dépourvus de sens, souvent menaçants, et celle des attentes peut-être même des angoisses du public.

C'est également la raison pour laquelle les narrations « se succèdent rapidement, se contredisent et se transforment réciproquement, devenant opaques et auto-référentielles »⁷⁴, prévient Coman. Elles parlent moins des faits et des significations et renvoient plus à des systèmes de valeurs et de représentations constitutives à un même système de culture. Quant aux situations normales, elles laissent place à des narrations journalistiques plutôt transparentes qui renvoient à des réalités exceptionnelles ou uniques et moins aux systèmes de représentations sur lesquels elles reposent. Le but des mythifications est donc de rétablir l'équilibre symbolique de la réalité qui serait menacé par la crise.

2.3.2 L'espace public difficile d'accès

Érik Neveu avertit que l'espace public progresse lentement vers une dégénérescence irréversible, en raison d'une diminution de la participation citoyenne à la vie politique et une médiatisation accrue de tous les débats et de la « culture de masse », particulièrement sous forme télévisuelle. L'information fait maintenant partie de la culture du divertissement dit-il, en affirmant qu'elle « sollicite la démagogie ou les pulsions, abdique de toute dimension formatrice d'un esprit

⁷³ *Ibid.*, p.266.

⁷⁴ *Ibid.*, p.267.

critique; l'espace public devient le théâtre de manipulations multiformes, au détriment d'un travail d'*Aufklärung*, de confrontations des arguments. »⁷⁵

En ce sens, Anne-Marie Gingras et Jean-Pierre Carrier se tournent vers les médias qui, à leur avis, « rapportent constamment les mêmes activités des mêmes acteurs sociaux »⁷⁶, pour analyser le problème de l'accès à l'espace public, puisque les journalistes auraient toujours recours aux mêmes sources et porte-parole institutionnels pour obtenir de l'information. Comme si le fait d'avoir accès aux institutions d'une société accordait plus de crédibilité à leurs messages.

Bien qu'une majorité de journalistes considère inévitable et non volontaire la fermeture de l'espace public, le quart des journalistes interviewés par Gingras et Carrier en 1994, soulignaient la paresse et le manque de créativité des journalistes comme un facteur ayant contribué à la fermeture de l'espace public et à l'utilisation abusive des mêmes sources officielles. Plusieurs mettraient même en cause l'organisation du travail et la culture journalistique à l'épreuve, n'hésitant pas à dénoncer avec « cynisme le fonctionnement des salles de rédaction par assignations, la retranscription machinale des messages des sources, l'usage étendu de la documentation officielle et l'attente de la phrase-choc qui viendra donner un sens au reportage. »⁷⁷ En servant ainsi de relais et de courroie de transmission à ces messages, les médias de masse peuvent créer une inégalité de représentation dans l'esprit des citoyens, véritables destinataires des messages.

En résumé, il ne s'agit pas de discuter la fréquence des actes ou des scènes rapportées par les journalistes, mais de mettre en évidence que la frontière entre monde symbolique et monde réel est condamnée à progressivement disparaître, puisque les individus ont de plus en plus de difficultés à distinguer les représentations factuelles des représentations symboliques. Car, comme le rapporte Judith Lazar, « ce que nous savons ou croyons savoir, résulte d'un mélange que nous

⁷⁵ Neveu, E. 1995. « Les sciences sociales face à l'Espace public, les sciences sociales dans l'espace public », In L'espace public et l'emprise de la communication, Grenoble : Ellug, p.44.

⁷⁶ Gingras, A-M. 1995. *op.cit.*, p.20.

⁷⁷ *Ibid.*, p.25.

avons absorbé au cours de notre vie. Les leçons répétitives données par la télévision sont devenues, depuis notre enfance, la base de nos valeurs et croyances.»⁷⁸

Si l'on se base sur les recherches de Gingras et Carrier, les informations transmises par les médias soutiennent avant-tout les intérêts des réseaux d'influence, qui sont à la fois économiques, politiques et idéologiques. Ils citent en exemple le débat autour des enjeux du libre-échange qui a donné lieu à de nombreux investissements en temps et en argent afin d'expliquer à la population peu intéressée, les questions de commerce international.⁷⁹ C'est pourquoi peu de ressources ont été dévolues à cette tâche par les entreprises de presse et qu'encore moins de pression a été exercée par un certain pouvoir économique pour que ces enjeux soient discutés sur la place publique.

Il semble donc que l'inégalité d'accès aux médias ne relève pas du hasard et que le choix des acteurs sociaux ayant accès aux médias se fasse sur une base idéologique, alors que la primauté de certaines idées et valeurs corresponde à l'hégémonie de certains acteurs sociaux sur la scène publique.

C'est un petit nombre d'intervenants qui vont souvent influencer le débat, qui vont avoir accès au micro, à qui on donne l'*exposure* nécessaire pour véhiculer leurs idées (...) Le danger [de toujours avoir recours aux mêmes] est là, il existe(...) On fait des choix éditoriaux basés sur une idéologie bien précise, une espèce d'hégémonie, ce que Gramsci appelle une hégémonie idéologique qui se forme dans une société capitaliste (...) elle est là, elle existe. C'est difficile de la briser (...) on a tort de penser que tous ces intervenants-là (Conseil du patronat, syndicats, petits groupes de pression, etc.) sont traités sur un pied d'égalité. Ils ne le sont pas.⁸⁰

Et pourtant si plusieurs journalistes sont conscients d'être au cœur des luttes de pouvoir, en favorisant certains angles ou les positions de certains groupes au détriment d'autres, peu se questionnent à savoir comment le reste de la population évalue leur comportement.

La fermeture de l'espace public renvoie pour beaucoup à une domination du débat public par les acteurs sociaux les plus puissants. Mais dominer le débat ne signifie pas

⁷⁸ Lazar, J. 2001. « Les médias dans la construction de la réalité », *Communication*, vol 20, no2, p.66 à 80.

⁷⁹ Gingras, A-M. 1995. *op.cit.*, p.28.

⁸⁰ *Ibid.*, p.28.

nécessairement exercer une influence auprès de la population, car le concept même d'influence renvoie à trois idées. La première idée concerne le fait que la capacité de dominer le débat public sert davantage à influencer les décideurs que la population. La seconde idée touche l'influence immesurable des acteurs sociaux les plus puissants sur la population, mais qui apparaît fort relative aux journalistes interviewés. La troisième idée implique de distinguer deux types d'impacts du discours des acteurs sociaux dominants sur la population.

En ce sens, les chercheurs en communication politique font des distinctions entre un discours à court et moyen terme, dont l'impact s'avère relativement négligeable, et un discours à long terme qui exerce une réelle influence et s'appuie sur les craintes, les préjugés et les espoirs de la population. Le discours à long terme, doit être rapproché du concept d'hégémonie idéologique de Gramsci, qui renvoie aux représentations de la société légitimant l'ordre actuel, en s'appuyant sur la domination des élites et le consentement de la population.

Cette analyse permet donc de conclure que le modèle idéal des médias de masse, vu comme un lieu où sont rapportés les événements et où sont discutés les enjeux de société, a été travesti par une logique sociétale libérale et capitaliste à la recherche du profit, de la performance, de la rationalité pratique, d'un mode de fonctionnement bureaucratique et technocratique où le sensationnalisme tient un premier rôle. Mais si les journalistes et les entreprises de presse décident éventuellement de se présenter comme les chiens de garde de la démocratie et de s'inscrire dans une démarche de défense du bien public, ils devront revoir le système de relations qui les unit au régime des relations publiques généralisées. « Un régime à la solde des organisations politiques et qui protège leurs intérêts particuliers », explique Bernard Dagenais.⁸¹

2.3.3 Le rôle des relations publiques dans l'espace public

Selon Bernard Dagenais, la réalité est créée par un ensemble de quatre éléments. Le premier élément, les acteurs sociaux, politiques, économiques, culturels et sportifs expriment des propos qui sont censés justifier leur rôle. Le second élément, les événements, sont produits par les acteurs, provoqués par la nature ou le fruit d'un accident. Le troisième élément, les relationnistes qui créent et qui transmettent les informations puis finalement, le

⁸¹ Dagenais, B. 1999. *op.cit.*, p.19.

quatrième élément, les journalistes qui couvrent, commentent et critiquent les trois premiers. De ce fait, les journalistes reçoivent, analysent et reproduisent la nouvelle selon l'information donnée par les acteurs sociaux ou politiques : les marchands d'information. Bien avant que la nouvelle n'arrive aux mains des journalistes, elle a déjà été travaillée, préparée, soupesée par des équipes de relationnistes engagés pour faire cette tâche par les entreprises.

Dagenais propose donc une redéfinition des métiers de la communication puisqu'il croit que les médias, en tant qu'institution sociale, ont le rôle d'informer, d'éduquer, de divertir et de vendre, mais aussi de surveiller les acteurs et les débats publics, de hiérarchiser les nouvelles de l'actualité et de jeter un regard critique sur l'ensemble de la réalité. Un rôle qu'aucune autre instance de la société ne peut s'acquitter, faute de posséder la structure et le pouvoir requis pour l'accomplir.

Or, face à une société de plus en plus complexe où la fragmentation des points de vue est très marquée, les organisations doivent utiliser des moyens toujours plus raffinés pour faire connaître leurs positions. Force est de constater que le savoir est construit sur la base des informations mises en circulation et des référents auxquels elles se rapportent. Inutile de dire que les prises de parole n'ont d'existence que si elles trouvent écho dans la sphère publique, en passant par les médias de masse qui les publicisent.

Deux écoles de pensée s'affrontent sur ce dernier point. La première qui est représentée par les groupes qui se sentent ignorés par les médias et par certains intellectuels, estime que les médias sont incapables d'accorder une couverture équitable aux différents points de vue qui s'expriment sur la place publique. La deuxième, exprimée par les journalistes et certains chercheurs qui accusent les relations publiques d'occuper une trop grande place dans la présentation des enjeux et de ne laisser filtrer que l'information qui les favorisent. Mais les deux écoles se conjuguent pour affirmer que le citoyen consommateur n'a pas droit à une information complète.⁸²

Dagenais remet notamment en cause le processus de sélection de l'information, pour affirmer « qu'il appartient toujours aux journalistes de sélectionner les informations qui constitueront l'ordre du jour des préoccupations de la société, ce que McCombs et Shaw

⁸² Gingras, A-M. 2001. *Op.cit.*, p.21.

appellent l'*agenda setting*. Il rappelle ainsi que cette sélection passe par les *gatekeepers*, qui vont filtrer, orienter et teinter la couleur de l'information à partir de préoccupations commerciales, idéologiques et sociales des médias.»⁸³

Le débat qui fait rage, au sein de la colonie scientifique et certains observateurs, quant à l'importance des sources d'information dans la diffusion des représentations de la sphère publique souligne que les médias ont un parti pris. Des failles évidentes sont apparues dans le fonctionnement des entreprises de presse et le rôle de protecteur de la démocratie que l'on reconnaissait aux journalistes est questionné, alors que 90% de ce qu'ils rapportent proviendrait de sources officielles.⁸⁴

2.4 Mise en agenda par les médias

Après quarante ans de recherche en sociologie de la communication et en science politique il est maintenant admis de considérer la presse comme un acteur à part entière des processus sociaux et politiques des sociétés démocratiques, nous dit Dorine Bergman.⁸⁵ Mais si une certaine insatisfaction persiste, quant à l'évaluation et à l'analyse de son rôle, c'est uniquement dans le domaine de la sociologie électorale. Dans ce champ de recherche, l'importance croissante de l'électorat flottant, le déclin corrélatif de l'identification partisane et le comportement des électeurs, qui déterminent leur vote en fonction d'enjeux politiques, ont obligé les chercheurs à trouver les causes de si grands changements où les médias semblent tenir une place importante. D'un point de vue de la sociologie de la recherche, l'étude des communications de masse a joué un rôle central dans la mutation des systèmes de communication de masse aux États-Unis, à la fin des années soixante. Elle était demeurée une préoccupation secondaire de psychologues sociaux jusqu'en 1968, notamment de Levin et Hovland, et de politistes comme Lasswell et de sociologues dont le plus connu reste Lazarsfeld.

⁸³ *Ibid.*, p.23.

⁸⁴ Dagenais, B. 1999. *Op.cit.*, p.27.

⁸⁵ Bergman, D. 1989. « La fonction d'agenda: une problématique en devenir », *Hermès*, no4: le nouvel espace public, p.191-202.

C'est vers la fin des années soixante que l'idée voulant que les médias aient une influence directe sur la constitution de priorités des enjeux d'actualité est devenue la préoccupation dominante et exclusive d'une nouvelle génération de jeunes docteurs diplômés d'écoles de communication, cumulant à la fois une expérience professionnelle dans le journalisme et une formation en sciences sociales. Par leur expérience personnelle, ils ont remarqué que les médias ont des effets plus forts, même si les conclusions scientifiques des «pères fondateurs» indiquaient seulement des effets limités.

Les réflexions critiques liées à la médiatisation des espaces publics et aux nouvelles conditions pour maintenir ou réaliser la démocratie intéressent particulièrement deux chercheurs américains, Maxwell Mc Combs et Donald Shaw, qui font partie d'un groupe qui n'avalise pas l'idée d'une faible influence des médias. En tentant d'identifier les impacts des médias, ils élaborent la théorie de l'*agenda setting* (établissant un ordre du jour ou mise sur agenda) sur l'hypothèse que les médias ne dictent pas la pensée des gens, mais qu'ils indiquent les sujets auxquels les citoyens doivent penser. Ainsi, l'étude de l'*agenda setting* opéré par les médias qui cherche à saisir comment l'agenda des médias, c'est-à-dire la liste des préoccupations socialement ou politiquement importantes pour les rédactions, devient l'agenda des individus.⁸⁶

Kurt et Gladys Lang qui, ont jugé cette théorie trop mécaniste, ont élaboré en 1983, la théorie de l'*agenda building* qui constitue un modèle triangulaire et dynamique pour aborder la relation d'influence mutuelle qui existe entre les médias, les décideurs et la population. Ainsi, ils abordent l'influence des médias sur la formation des opinions publiques individuelles non seulement par l'importance accordée à un sujet par les médias, mais aussi de la familiarité et de la connaissance des sujets auprès du public. Il y aurait ainsi des liens entre la nature des problèmes soulevés, la couverture par les médias pour que les questions deviennent des priorités politiques et l'influence des médias dans la formation des opinions individuelles. Leur prémisses est celle-ci: plus un sujet semble familier du public, moins la couverture médiatique a besoin d'être importante pour que le sujet s'impose comme une priorité publique, et moins grande est l'influence dans la formation des opinions.

⁸⁶ Gingras, A-M. 2004. *op.cit.*, p.20

2.4.1 Les principes de base des Agendas

Ainsi, on retrouve deux types d'agenda : la fonction d'agenda des médias de masse sur l'opinion publique (*agenda setting* et *agenda building*) et la mise en agenda des politiques publiques (*policy agenda setting*). Mais ces deux problématiques ne s'intéressent pas tout à fait au même type de processus et leurs analyses n'accordent pas le même statut aux variables qu'elles intègrent.

C'est surtout l'*agenda setting* qui est au cœur de la fonction d'agenda, et sous ce label se situent les attitudes, les comportements et les actions politiques des citoyens dont on présuppose qu'ils sont influencés par les médias. Mc Combs et Shaw ont été les premiers à formuler des hypothèses à partir d'observations, qu'ils ont faites d'une campagne électorale, ce qui leur a permis d'affirmer que les électeurs tirent des médias la plus grande part de leur information et qu'ils apprennent effectivement des éléments nouveaux d'information, même s'ils ne sont pas tous capables de les exploiter également. Ainsi, la connaissance des électeurs dépend de l'insistance avec laquelle les médias parlent ou rendent compte des problèmes débattus pendant la campagne. Leurs hypothèses soutiennent que pendant une campagne électorale ou un événement médiatisé, les médias d'information construisent l'ordre d'importance (*set the Agenda*) des enjeux politiques, sociaux, culturels et économiques dans le but d'influencer les attitudes des lecteurs. De fait, leurs résultats ont démontré une forte corrélation entre l'ordre d'importance proposé dans la couverture médiatique et celui des électeurs qui utilisent ces mêmes médias d'information.

« L'évolution de la recherche autour du concept d'*agenda setting* est révélatrice de l'orientation nouvelle des travaux de l'école libérale américaine⁸⁷, expose Anne-Marie Gingras. Les perspectives de recherche sont maintenant plus larges, les préoccupations se sont multipliées et à côté des recherches quantitatives et behavioristes, des recherches explicatives touchant d'autres aspects que la causalité ou la fonction ont vu le jour avec des objectifs de départ similaires : repérer des interactions réciproques entre les trois agendas (médiatiques, politiques et citoyens) afin de démontrer les dynamiques sociales et les interrelations des trois groupes. La méthodologie la plus souvent employée pour vérifier cette hypothèse est l'analyse de contenu. Elle est fondée sur une comparaison entre les enjeux

⁸⁷ *Ibid.*, p.27.

déclarés importants par les électeurs, lors de la campagne, et le contenu des médias qu'ils ont consultés pendant cette même période.

La typologie de Rogers, qui est venue compléter le modèle de McCombs et Shaw, fait ressortir trois axes dans le processus de construction d'Agenda: tout d'abord, la mise en agenda de l'opinion publique (*public agenda-setting*) où un ordre de construction des enjeux s'opère dans l'opinion publique; puis, la mise en agenda des politiques publiques (*policy agenda-setting*); enfin, la mise en agenda des médias (*media agenda-setting*). La dernière, sur laquelle nous fondons une bonne partie de notre recherche, se concentre sur l'analyse des processus en amont, soit les mécanismes de définition, de sélection et d'emphase médiatique sur des enjeux particuliers et de prise en compte du contexte sociopolitique dans le choix des enjeux ayant présidé à la construction d'agenda médiatique.⁸⁸

On observe d'ailleurs que la recherche autour du concept d'*agenda setting* intègre de plus en plus des préoccupations liées aux contenus des médias, aux conditions de production, aux pratiques de communication et aux influences sur les choix des décideurs, indique Gingras. La dynamique présente entre les médias, les décideurs et la population constitue désormais l'objet privilégié de nombreux travaux.⁸⁹

2.5 Mise en agenda des représentations dans l'espace public

Ce qui fait désormais la valeur marchande d'une information, est le nombre de personnes susceptibles d'être intéressées par cette information. Or, ce nombre n'a rien à voir avec la véracité d'une information puisqu'un journaliste ou un citoyen peut dire un important mensonge qui attirera l'attention de l'opinion publique, fera vendre de nombreuses copies de journaux et monter en flèche les côtes d'écoute des médias télévisés.

Étant donné que l'opinion publique est formée d'une multitude de courants, d'idées, de contradictions, de luttes, de polémiques, d'approbations, de critiques, d'impressions et de sentiments; c'est le public, qui crée le droit du journal, puisqu'il lui donne une délégation

⁸⁸ Breton, P. et Proulx, S. 2003. *op.cit.*, p.215.

⁸⁹ Gingras, A-M. 2004. *op.cit.* p.27.

permanente qui le fait vivre, rappellent Bautier et Cazenave. Ainsi, un journal ne représente pas seulement ses rédacteurs mais également ceux qui s'associent à lui et qui, par cette association, indiquent qu'ils l'acceptent comme l'interprète de sa pensée et de ses sentiments. Ce qui fait qu'il faut rappeler la toute-puissance de l'opinion et non celle de la presse.⁹⁰

La valorisation de la subjectivité du regard journalistique irait donc de pair avec la préservation de la subjectivité du public lui-même, puisque les médias tentent de le fidéliser à travers un rapport d'intersubjectivité, de «communication» et de reconnaissance mutuelle.⁹¹ Une relation qui, de l'avis de Brin, Charron et de Bonville peut être analysée par l'observation de transmission des représentations culturelles, au travers du contenu des médias de masse. Des médias qui, grâce à leur structure, constituent un frein à la circulation de certaines informations, en particulier celles qui remettent en cause les systèmes établis et peuvent en bloquer d'autres, rappelle Bernard Dagenais, car les médias ont le pouvoir de privilégier ou d'éliminer de la sphère publique un grand nombre de réalités grâce aux représentations qu'ils mettent de l'avant.⁹²

Ainsi, des analyses de contenu d'un même événement ou d'une même thématique par des médias différents, comme celles réalisées par Marlé, en 1964, par Morin, en 1969, par Menudier, en 1972 et par Robertson, en 1998, ont démontré hors de tout doute que tout média exprimait et privilégiait une certaine façon de voir la réalité. Ainsi, adopter un média particulier c'est en quelque sorte adopter une position idéologique.

Dès lors, l'étude du fonctionnement des médias doit être comprise en fonction des rapports sociaux dans lesquels ils s'insèrent, explique Anne-Marie Gingras. Or, cette vision s'oppose à l'idée que les médias constituent le quatrième pouvoir et qu'ils sont des centres indépendants pouvant prétendre constituer l'agora moderne. Loin d'être les chiens de garde à l'affût des abus des gouvernements et des élites, les médias se situent dans les relations de pouvoir et ceci entrave leur rôle théorique de forum d'échange ouvert à tous et à toutes. Si la notion d'espace public renvoie à la force de la société civile de s'opposer à l'État et de

⁹⁰ Bauthier, R. et Cazenave, É. 2000. Les Origines d'une conception moderne de la communication : gouverner l'opinion au XIX^e siècle. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble : p.111.

⁹¹ Brin, C., Charron, J. et de Bonville, J. 2004. *op.cit.*, p.27

⁹² Dagenais, B. 1999. *op.cit.*, p.23

s'approprier les moyens de contrôle symbolique et de légitimation, les problèmes d'accessibilité aux médias mettent en évidence la faiblesse de la société civile face à l'État et aux acteurs sociaux les plus puissants. À l'issue de quoi la société civile dispose de moins en moins de voix, voire de moyens d'action pour exercer son droit de parole.

Mais les difficultés d'accès aux médias décrites par les journalistes, ne peuvent être comprises seulement comme des contraintes entravant la fonction théorique des médias, il faut également tenir compte de l'organisation du travail et de la culture journalistique, et d'autre part, à un niveau plus sociétal, du jeu social et politique, marqué par les conflits et les inégalités, déclare Gingras. C'est pourquoi l'intérêt pour l'étude des médias comme constituante centrale de l'espace public est issu du rôle de pivot qu'on leur accorde dans notre système démocratique. À tort ou à raison.

Ainsi, c'est pour démontrer qu'il existe un lien entre les journalistes, les représentations qu'ils utilisent et l'*agenda setting* des médias, lors des Sommets des Amériques, que nous aborderons l'espace public américain et canadien d'un point de vue constructiviste. Grâce à une analyse de contenu de quatre quotidiens choisis, nous tenterons donc de savoir quelles représentations culturelles les médias choisissent de mettre à l'Agenda lors des Sommets? Comment ces représentations sont transmises plus largement dans l'espace public ? Et quelles conséquences elles peuvent avoir sur la constitution d'une opinion publique éclairée, au sujet des enjeux liés à la libéralisation des échanges économiques et de la mondialisation dans les Amériques ?

Ainsi, il sera possible de comparer le contenu des articles de presse publiés lors des Sommets des Amériques avec les hypothèses de départ, afin d'évaluer quels sont les éléments qui trouvent leur place dans l'Agenda des médias et qui font l'objet de multiples reproductions, avec ou sans modifications importantes, et ceux qui deviennent des représentations durables dans l'espace public nord-américain. Car, si certains journalistes se vantent de construire la réalité et d'apporter un nouvel éclairage aux lecteurs à travers leurs articles, ils sont bien plus souvent la courroie de transmission de représentations sociales et culturelles bien établies. Et reproduisent une certaine idéologie commerciale véhiculée par l'entreprise de presse pour laquelle ils travaillent.

CHAPITRE III :

CADRE DE RÉFÉRENCE MÉTHODOLOGIQUE

Le but de cette recherche est de comprendre quel genre de couverture médiatique (message) offre la presse écrite américaine et canadienne, afin de déterminer de quelles manières les journalistes abordent les enjeux liés à la présence de groupes altermondialistes et quelles représentations ils utilisent pour décrire les différents acteurs présents lors des Sommets des Amériques. C'est dans cette optique que nous avons choisi de faire une analyse de contenu, comparative et qualitative, des articles de journaux produits par quatre grands quotidiens, américains et canadiens, lors des Sommets des Amériques de Miami, en 1994 et de Québec, en 2001. Afin d'évaluer la production médiatique associée à ces événements, nous avons bâti une grille de lecture thématique du journal *Le Soleil*, du *Globe & Mail*, du *Miami Herald* et du *New York Times*.

Il sera d'abord question du choix de la technique appropriée à la problématique et de la justification de son utilisation. Ensuite, viendra la présentation de l'instrument d'analyse utilisé et de la manière dont il a été construit. Finalement, nous aborderons les caractéristiques du corpus, soit les journaux choisis, le type d'articles analysé et les périodes étudiées.

3.1 Technique utilisée : analyse de contenu quantitative

La question principale de recherche soulève l'interrogation suivante : quelle représentation est diffusée par les médias et transmise dans l'espace public. Le cœur de notre recherche est situé donc au niveau du message puisque nous souhaitons étudier les différentes mises en scène (représentations) produites et reproduites par les journalistes de la presse écrite, pour ensuite les comparer et voir les divergences qui existent entre les médias écrits. Il sera ainsi possible de déterminer quels aspects des Sommets des Amériques sont le plus souvent représentés et de quelle manière, afin de déterminer comment s'oriente le discours des entreprises de presse écrite.

Nous avons opté pour une analyse de contenu parce que nous désirons étudier les représentations culturelles et sociales utilisées par la presse écrite. Cette démarche est

motivée par les écrits de Madeleine Grawitz dans *Méthodes des Sciences Sociales*, disant que toutes communications, tant écrites qu'orales, peuvent être soumises à l'analyse de contenu.⁹³ Ainsi, l'analyse de contenu permettra de décortiquer la teneur de la communication, à travers les thèmes représentés. L'intérêt de cette étude réside dans la compréhension du traitement journalistique du contenu et non dans la description de ce contenu, alors que le but de l'analyse est de tirer des conclusions logiques, en regard aux hypothèses de recherche et grâce aux éléments découverts lors de l'analyse.

Deux éléments importants restent à être définis : quel est le contenu étudié et s'agit-il d'une analyse qualitative ou quantitative? Tel que l'indique René L'Écuyer, il est possible de cerner l'objet d'étude de manière claire et précise, si on choisit d'étudier le contenu manifeste d'une communication, où tout est dit / écrit et que la totalité de la signification est dans les mots.⁹⁴ En ce sens, la méthode d'analyse de contenu vise à découvrir la signification du message étudié, soit la représentation de la réalité qui est véhiculée par le journaliste qui a écrit l'article.

Vue sous cet angle, une telle relation demande de prendre en compte l'étude du «climat d'opinion» au sein duquel des thèmes peuvent être problématisés, faire l'objet de controverses, être traités, mis en sommeil ou disparaître complètement du débat collectif. En fait, il s'agit d'étudier l'image que bâtissent les journalistes, ainsi que les normes et les exigences qui apparaissent régir cette profession : indépendance et objectivité, liberté et responsabilité, exigences intellectuelles et morales de la profession, rôle socioculturel, etc. La manière dont s'exerce la couverture médiatique au travers des discours et des récits médiatiques créés par les journalistes pour faire comprendre les enjeux politiques, économiques et sociaux, lors des Sommets des Amériques. L'analyse de contenu permet donc de décortiquer la teneur de la communication, en gardant en tête que ce qui nous intéresse dans ce contenu ne réside pas dans la description du contenu mais bien dans son traitement.

Il ne reste qu'à définir quel contenu nous étudierons et selon quel type d'analyse de contenu, qualitative ou quantitative? Car comme le mentionne René L'Écuyer l'étude du contenu manifeste d'une communication, prend en compte la totalité de la signification de ce qui est

⁹³ Grawitz, M. 1981. *Méthodes en sciences sociales*, Paris : Dalloz, cinquième édition, p.644 à 689.

⁹⁴ L'ÉCUYER, R. 1988. «L'analyse de contenu : notion et étapes ». *Les méthodes de la recherche qualitative*. (dir.) Jean-Pierre Deslauriers. Québec : Presses de L'université du Québec, 153 pages : p.44.

écrit.⁹⁵ C'est donc sous cet angle « réel » de la communication que nous analyserons les représentations des médias, à travers le processus de mise en agenda et de mise en récit des événements de l'actualité. Quant au choix de l'analyse quantitative ou qualitative, il s'agit de se référer à la question de recherche principale pour savoir quels sont les facteurs ou éléments des conférences politiques internationales qui alimentent la couverture médiatique et qui sont rapportés par les journalistes de la presse écrite.

Notre objectif est donc d'établir quelle est la fréquence de la présentation des thèmes liés à la mondialisation par la presse écrite, lors des Sommets des Amériques. Dans cette optique nous utiliserons une méthodologie quantitative pour effectuer l'analyse de contenu des articles de presse produits par les quatre quotidiens choisis : *Le Soleil*, *The Globe & Mail*, *The Miami Herald* et *The New York Times*, afin d'établir des différences et des ressemblances dans la couverture médiatique. Nous avons choisi cette voie puisque cette démarche analytique repose sur la présence, l'absence ou la fréquence des thèmes, des mots ou des symboles recherchés dans les articles.⁹⁶ L'analyse de contenu permettra donc d'étudier le contenu des articles de presse écrite et de procéder à une généralisation des résultats, afin de pouvoir comprendre les schèmes de représentation pour un événement donnée, et selon l'entreprise de presse.

La richesse et l'ampleur du cadre de référence théorique tout comme les idées qui y sont évoquées présentent en soi un défi pour nos débuts de chercheuse. Ainsi, nous en sommes venus à l'idée de créer une grille d'évaluation divisée en six thèmes pouvant soit s'étudier seuls ou en interconnexion ou être croisés avec les types d'articles. Chaque thème représente une partie de la problématique, c'est-à-dire qu'il sert à comprendre le contexte entourant la présentation des Sommets des Amériques, les procédés journalistiques et finalement, les stratégies médiatiques symboliques utilisant les représentations de la réalité. Ainsi, l'unité de mesure est définie par les thèmes qui sont représentés dans les articles.

⁹⁵ *Ibid*, p.49-65.

⁹⁶ Grawitz, M. 1981. *op.cit.*, p.651.

3.2 Instrument méthodologique : la grille de lecture

Afin de réaliser cette analyse de contenu, il nous a fallu préalablement une grille de lecture. Un instrument méthodologique qui est à réinventer chaque fois ou presque et qui doit être adapté à chaque recherche afin de bien répondre aux interrogations spécifiques de cette dernière. Mais au-delà de l'adaptation, il y a plusieurs règles à respecter telles l'homogénéité, l'exclusivité, l'objectivité, l'exhaustivité et la pertinence, quant à la construction des catégories des grilles de lecture.

Sachant qu'il existe plusieurs modèles de grille de lecture que nous ne saurions énumérer, après une brève recherche nous avons arrêté notre choix sur le format qui s'adaptait le mieux à notre type d'analyse, soit un « modèle mixte ». Il permet d'avoir une partie des catégories préexistantes au début de la lecture puis, au fur et à mesure qu'elle progresse, de modifier et probablement d'éliminer ces catégories de départ afin d'obtenir une version finale adéquate à notre objet.

Avant de faire un choix final, plusieurs grilles ont été évaluées et celle de Jean-Pierre Boyer, qui avec sa méthode OSCaR⁹⁷ vise une analyse systématique de l'information a attiré notre attention plus particulièrement. De nombreux éléments de cette méthode et des idées qui sous-tendent sa préparation ont été retenues; on y mentionne notamment qu'«un article de journal ou le texte d'un bulletin de nouvelles est un récit (une histoire), résultant d'un travail concret de production de sens de la part d'un auteur intentionnalisé et positionné.» Et, que ce récit est construit à travers son «prisme à biographie variable (c.f. le triangle de la signification de Ogden et Richards⁹⁸)» ou encore, qu'il est impossible de faire abstraction d'une métacommunication (c.f. Lee Thayer⁹⁹).

On retrouve ici l'idée qu'une information n'est jamais totalement neutre ou «objective» car la production de cette information implique des «processus de sélection, d'évaluation, de hiérarchisation, de mise en forme et d'interprétation». Ainsi, la réalité

⁹⁷ Trudel, L. 1992. La population face aux médias, Institut canadien d'éducation des adultes, VLB éditeur, Montréal, p. 29-30.

⁹⁸ OGDEN, C. K. & RICHARDS, I. A. 1923. The Meaning of Meaning. 8th Ed. New York, Harcourt, Brace & World, Inc.

⁹⁹ THAYER, L. 1965. Communication Theory and Research, International Symposium on Communication Theory and Research in Kansas City, University of Missouri.

présentée est-elle une re-construction journalistique ou encore un exemple de la politisation de la représentation dans l'espace public médiatique...

Un autre auteur, Stephen Kline¹⁰⁰, propose une grille générale d'analyse basée sur le concept de biais : de contenu, de source, de thème et de rhétorique. Cette logique de biais se prête également à l'hypothèse de ce mémoire qui est de faire la lumière sur l'utilisation des représentations et de mises en scène de l'information. Cette idée fait référence au concept de traitement biaisé des événements et rejoint des auteurs mentionnés dans le cadre de référence théorique et en plusieurs points la méthode OSCAR.

C'est ainsi qu'en tenant compte de quelques éléments de la méthode OSCAR, du concept de biais de Stephen Kline, des écrits de Laurence Bardin, de René L'Écuyer et d'autres auteurs cités dans le cadre de référence théorique, il nous a été possible de construire une grille de lecture appropriée aux objectifs de recherche. Une grille qui respecte à la fois notre cadrage théorique et la posture constructiviste que nous privilégions.

Puisque l'objectif de recherche est de comprendre la complexité de la réalité médiatique nord-américaine, à travers le rapport communication/information/technique/pouvoir, il sera important d'étudier les stratégies médiatiques, dont celle symbolique du choix des représentations utilisées afin de construire une mise en scène du Sommet des Amériques. Construire une grille de lecture capable de capter le contenu latent du message livré par cette mise en scène a nécessité beaucoup de travail et d'ajustements.

3.2.1 La définition du thème

Ainsi, l'objectif ultime de cette analyse de contenu quantitative et comparative est de compter plusieurs thèmes de signification dans une unité de codage préalablement déterminée. « Le dénombrement thématique permet de relever dans le texte des attitudes (qualités, aptitudes) psychologiques, conseillées ou déconseillées, que le lecteur doit actualiser ou écarter pour arriver à ses fins»,¹⁰¹ explique Laurence Bardin. Le procédé implique donc de

¹⁰⁰ KLINE, S. 2000. « Les Informations télévisées », *Communication-information*, vol.4, no.3, p.145.

¹⁰¹ BARDIN, L. 1998. L'analyse de contenu. Paris, Presses de l'Université de France, coll. : «Le Psychologue», p.77.

dénombrer systématiquement les thèmes présents et de classer l'attitude générale du journaliste face à son sujet, selon la catégorie en *positif* ou *négatif*.

L'analyse qualitative ainsi présentée permet de donner une indication des valeurs de référence et des modèles de conduite présentés dans le discours du journaliste, de sorte qu'il est possible de découvrir l'idéologie dominante au sein d'un média écrit. Cette analyse permet donc de vérifier les hypothèses de départs, à savoir qu'il existe plusieurs représentations de la réalité. Ceci illustre bien l'allure «de va et vient de l'analyse de contenu, souligne Bardin, entre théorique et technique, hypothèses, interprétations et méthodes d'analyse.»¹⁰²

La définition du thème, telle qu'utilisée pour cette analyse de contenu, provient de Berelson qui dit : « une affirmation sur un sujet. C'est-à-dire une phrase, ou une phrase composée, habituellement un résumé ou une phrase condensée, sous laquelle un vaste ensemble de formulations singulières peuvent être affectées.»¹⁰³ En fait, le thème est l'unité de signification qui sert à analyser ce qui se dégage naturellement d'un texte et analysé selon certains critères relatifs à la théorie qui guide la lecture. Le texte peut-être découpé en idées constituantes, en énoncés et propositions porteuses de significations isolables, mais le thème demeure une unité de signification complexe et de longueur variable. Il se réfère plutôt à une réalité d'ordre psychologique plutôt que linguistique, puisqu'il réfère à une affirmation mais très souvent aussi, à une allusion qui peut renvoyer à un thème ou plusieurs autres thèmes. Ainsi, nous avons choisi d'analyser l'article de journal, puisqu'il propose un court discours, limité par des marques de ponctuations précises et contenant plusieurs idées. L'article de journal a l'avantage d'être plus court que ceux de magazine et son contenu est orienté de manière précise, selon un angle choisi par le journaliste, ce qui facilite la tâche de dénombrer les thèmes.

Faire une analyse de contenu thématique consiste à repérer des «noyaux de sens» qui font la communication et dont la présence ou la fréquence d'apparition peut signifier quelque chose pour l'objectif de recherche, rappelle Bardin. C'est pourquoi le thème est généralement associé à une unité d'enregistrement correspondant à une règle de découpage (du sens et non

¹⁰² *Ibid.*, p.80.

¹⁰³ BERELSON, B. 1971. Content Analysis in Communication Research, New York, Hafner Publication Company.

de la forme), qui n'est pas statique en raison du niveau d'analyse du découpage et non des manifestations formelles. Il ne peut y avoir de définition formelle de l'unité thématique comme des unités linguistiques. La présente analyse s'oriente en fonction de « thèmes pivots autour desquels s'organise le discours, soit tout ce que le locuteur (le journaliste) exprime à leur sujet. »¹⁰⁴ Il sera donc possible d'obtenir des précisions quant aux thèmes les plus représentés dans l'espace public, à travers l'analyse de contenu de la presse nord-américaine, si nous les comparons avec d'autres discours, provenant de sources différentes.

3.2.2 L'analyse thématique quantitative

L'approche quantitative représente une tentative plus souple et adaptable à des indices non prévus et à l'évolution des hypothèses de recherche. Elle permet de suggérer des relations possibles entre un indice du message et plusieurs variables de la situation de communication. Elle est surtout valable pour faire des déductions spécifiques à propos d'un événement, et facile à utiliser pour des corpus réduits et pour établir des catégories et révéler des fréquences, qui peuvent faire l'objet de calculs importants. Suite à une lecture préliminaire des articles des quatre journaux énumérés précédemment, nous avons choisi de découper l'objet d'analyse en six grandes catégories de thèmes, qui sont également délimitées en sous-thèmes précis.

Le premier thème choisi, l'Économie est divisé en six sous-thèmes d'analyse correspondant à un aspect particulier de la représentation du thème plus large; il s'agit de la «globalisation», de la ZLÉA/ ALÉNA, des relations économiques entre les partenaires, du libéralisme/ capitalisme, de la banque mondiale et de l'embargo avec Cuba.

Le second thème, la «Politique», renvoie également à six sous-thèmes : Président Clinton/Bush, démocratie, négociations, communisme/Cuba, droits civiques et syndicalisme. Le troisième thème, les «Groupes altermondialistes», est découpé en cinq sous-thèmes décrivant des réalités liées à leur présence aux Sommets des Amériques : enjeux/ intérêts, acteurs, manifestations, désobéissance civile et Contre-sommet.

Le quatrième thème, «Organisation du Sommet» fait référence autant à l'organisation stratégique des dirigeants de la rencontre, qu'à l'aménagement physique des lieux, on y retrouve :

¹⁰⁴ BARDIN, L. *op.cit.* p.137.

la transparence, les violences, l'opposition au sommet, les médias et les coûts. Le cinquième thème, la «Sécurité», se rapporte à l'engagement des forces policières dans l'ensemble du fonctionnement des Sommets : les chefs d'États, périmètre/ clôture, prison et police. Le sixième thème, « Enjeux du sommet », regroupe les différentes références rencontrées à des enjeux particuliers des Sommets recensés lors de la première lecture des articles : 34 pays partenaires, pauvreté, social, santé, environnement et culture.

Évidemment, la catégorisation des thèmes constitue un des aspects de la conception et de l'utilisation de la grille de lecture, il reste également l'idée de l'attitude globale de «Présentation » des thèmes par les journalistes en *positif* et *négatif*. De plus, nous inclurons dans cette catégorie l'idée d'une présentation informative, une référence aux autres médias et l'utilisation de la comparaison avec le Sommet de l'OMC à Seattle, qui a été largement publicisée par les médias en raison des actes de violence qui s'y sont déroulés. Ces sous-thèmes additionnels permettront de donner quelques précisions quant aux thèmes de référence utilisés par les auteurs pour expliquer et décrire la réalité qu'ils ont observée.

3.2.3 Les biais d'analyse

Le concept des biais ramène à l'idée de la présence d'interférence ou d'influence sur la sélection des éléments entrant dans les messages, qui colorent la représentation des événements de la réalité par les journalistes. Par le biais de contenu, il sera possible d'identifier les acteurs en présence, les thèmes des débats et les principaux enjeux décrits dans les articles et de « voir quelles directions successives prend le contenu du message.»¹⁰⁵ On fait ici référence au choix des événements abordés et à l'observation de ce qui fait l'objet du traitement informatif.

Il existe également un biais thématique, qui est abordé dans le modèle narratif, c'est-à-dire l'angle choisi pour aborder, expliquer et comprendre les événements traités. Ainsi, qu'il s'agisse de l'orientation cognitive, affective, et émotive, ou encore de l'interprétation et de la représentation des événements comme de la justification de l'agir politique, tous ces éléments trouveront leur place dans l'interprétation des résultats de l'analyse comparative thématique. Il est possible d'affirmer que de grands thèmes ressortiront, permettant de cerner une partie du

¹⁰⁵ GRAWITZ, M. *op.cit.* p.539.

questionnement qui entoure l'utilisation des représentations dans le processus de construction du message, soit par l'amplification de certaines images par une utilisation répétée de certains clichés ou stéréotypes par les journalistes.

Quant au biais rhétorique, il fait référence à l'organisation des éléments de l'événement abordé comme les conclusions et les prédictions. Stephen Kline écrit que, «l'analyse rhétorique porte sur le contexte et la structure de ces raisonnements dans le reportage»¹⁰⁶, en plus de toucher à la logique formelle et linguistique du journaliste. Grâce aux modes d'expression utilisés, il arrive ainsi à « contrôler le contexte de la discussion [...]. Le biais rhétorique des organismes d'information tient surtout à l'utilisation de l'opinion, du contexte émotionnel, de l'attribution des causes, du ton appréciatif et de la coordination image commentaire», indique-t-il.

C'est dans cette partie de l'analyse que se retrouvent souvent les figures mythologiques, liées à des représentations imagées de la réalité pour présenter une explication des événements qui surviennent. C'est aussi dans cette portion d'analyse que l'on regroupe la catégorisation, l'interprétation et l'évaluation dans le processus de construction des messages, des étapes importantes à souligner dans l'utilisation des représentations publiques et culturelles par les journalistes. Ainsi, il devient possible d'étudier la manière de catégoriser les événements décrits en «petites causes» mais aussi d'en faire l'interprétation, en fonction du cadre de référence socio-culturel. Dans le cas qui nous intéresse, les Sommets des Amériques de Miami, en 1994 et de Québec, en 2001, il s'agit d'évaluer le cadre de référence de légitimité des médias comme témoins privilégiés de l'action et de faire une évaluation de la nature des représentations et thèmes véhiculés dans les articles.

3.3 Le corpus

Pour comprendre le phénomène de l'utilisation et de la reproduction des représentations par les journalistes plusieurs avenues étaient possibles, mais c'est toujours en lien avec la question principale et les objectifs de recherche que le choix s'est effectué. Dans

¹⁰⁶ KLINE, S. *op.cit.*

le cas bien précis du Sommet des Amériques, le choix des articles de journaux s'est fait sur la base de la disponibilité des informations et de la facilité de les manipuler. Ainsi, il était beaucoup plus facile pour nous de consulter des bases de données numériques à la recherche d'articles de presse écrite, que de retracer des reportages télévisés diffusés dix ans plus tôt.

3.3.1 Les journaux étudiés

Le choix des journaux à étudier reflète certains besoins de notre problématique, soit de comparer les espaces publics, l'utilisation comme le choix des représentations par les journalistes, les idéologies et les pratiques journalistiques de chaque entreprise de presse. Deux journaux locaux représentent les villes hôtes des Sommets de Miami et de Québec, alors que les deux journaux nationaux à grand tirage servent de référence pour les espaces publics nationaux de chacun des États. On retrouve donc *The Miami Herald* (local) et *The New York Times* (national) pour les États-Unis et *Le Soleil* (local) et *The Globe & Mail* (national) pour le Canada.

Grâce à l'analyse de contenu des journaux locaux, il apparaît possible d'obtenir une bonne mesure des priorités de présentation pour chacune des entreprises de presse, particulièrement en ce qui concerne l'adhésion à une idéologie dominante par les journalistes appartenant à un média et à un espace public. Les journaux nationaux, avec un tirage national plus important, méritent une attention puisqu'ils sont lus à travers le pays, et à l'extérieur des frontières nationales. *Le Globe & Mail* et le *New York Times* se sont imposés pour leur caractère sérieux et leur réputation d'objectivité et de rigueur dans le traitement de l'actualité, et par le fait même, une certaine minimisation de l'effet sensationnel.¹⁰⁷

3.3.2 Les types d'articles

Le choix des journaux locaux et nationaux étant posé, il ne reste plus qu'à déterminer quelle partie du journal serait étudiée. Face à cette question, la décision a été prise de passer en revue les articles contenus dans le cahier spécial consacré à la couverture desdits Sommets des Amériques et identifiés comme tel, et dont la nature variable importe autant que l'auteur

¹⁰⁷ Cette affirmation renvoie premièrement à la tradition du « journalisme d'enquête » qui, dit-on dans le milieu journalistique, y est généralement pratiqué avec éthique dans ces deux entreprises de presse et à la réputation d'être bien « branché sur les sources du pouvoir », dont ils bénéficient.

dans l'orientation du contenu. Ainsi, l'ensemble des nouvelles, des éditoriaux, des commentaires, des analyses et des reportages produits au cours de la période étudiée, ont été utilisés pour fin d'analyse.

3.3.3 Les périodes étudiées

Même si chacun des Sommets a officiellement duré trois jours, nous avons cru bon d'étendre la période d'étude aux six semaines précédentes et deux semaines suivantes, pour avoir une plus grande période d'observation et d'étude des thèmes. Ainsi, pour le Sommet de Miami (9 au 11 décembre 1994) nous avons limité cette période du 9 novembre au 25 décembre 1994, tandis que pour le Sommet de Québec (20 au 22 avril 2001) l'échantillon a été limité du 17 mars au 6 mai 2001, ce qui constitue plus de 400 articles à lire et à disséquer pour les deux cas.

Devant l'ampleur du corpus, nous devions limiter le nombre d'articles étudiés. Nous avons choisi de limiter le nombre d'articles en procédant par ponction, tous les deux jours, afin d'évaluer uniquement les 197 articles publiés lors de ces dates. Un détail qui nous a notamment permis de comparer l'état du monde à Miami en 1994 et celui de Québec en 2001 et d'identifier les thèmes privilégiés par les journaux américains et canadiens, et les patrons de construction des agendas médiatiques.

En ce qui concerne le corpus canadien, les articles de journaux du *Soleil* pour l'année 1994 et 2001 ont été obtenus à travers la banque d'article Eureka Biblio branché, disponible sur Internet, en utilisant les termes de recherches « Sommet des Amériques » et en définissant les périodes de recherche selon les dates mentionnées plus haut. Tandis que les articles du *Globe & Mail* pour l'année 2001 ont été recensés via le site Internet payant de l'entreprise de presse, grâce aux termes de recherche « Summit of the Americas/ Quebec », en fonction des dates choisies. Le même procédé a été utilisé pour l'année 1994.

La recherche et la collecte des articles américains n'a pas été aussi facile, puisque les articles datant d'avant 1995 n'étaient pas répertoriés sur les sites Internet de ces deux publications. Un voyage à la New York Public Library a permis d'avoir accès à des outils de recherche spécialisés qui n'étaient pas disponibles à Montréal, afin de saisir des copies d'archives des articles du *New York Times*, en format PDF pour la période d'étude souhaitée en 1994 et d'accéder aux archives numériques sur le site du Journal. Suite à une recherche avancée au moyen

des dates précises et des critères de recherche « Summit of the Americas / Quebec ou Miami » il été possible d'obtenir tous les articles nécessaires, même ceux du *Miami Herald*. Il nous a suffi d'accéder au site Internet de l'entreprise de presse et de déboursier un montant assez élevé (plus de 90 \$) pour obtenir les articles désirés.

Ce chapitre et les stratégies méthodologiques qu'il définit représentent une grande somme de travail et un défi considérable à relever. En fait, les stratégies d'analyse de contenu qualitative, à partir d'une grille de lecture qui ont été construites pour étudier les 197 articles publiés par *Le Soleil*, le *Glode & Mail*, le *Miami Herald* et le *New York Times*, ne sont que l'aboutissement de la problématisation de nos intuitions de recherche en objectifs bien définis. Des objectifs assez exigeants et diversifiés, puisqu'ils prennent racines dans des théories de communication politique et dans l'approche critique.

L'analyse de contenu permet de s'arrêter au contenu manifeste des communications, sans nous obliger à procéder à une généralisation des résultats ainsi obtenus. Prétendre à la compréhension du processus de construction du sens d'un message médiatique et du phénomène de reproduction des représentations publiques, par les journalistes nord-américains, est suffisant pour remplir les objectifs de recherche et répondre à la problématique de recherche sur les Sommets des Amériques. La grille de lecture qui a été construite permet d'accomplir ce travail d'étude thématique de l'information, tout en survolant trois aspects précis de ce mémoire soit le contexte des Sommets des Amériques, les procédés journalistiques formels, et finalement, les stratégies médiatiques symboliques, qui renvoient à l'idée d'une mise en scène standardisée, par l'usage répété de représentations de la réalité.

CHAPITRE IV :

ANALYSE ET INTERPRÉTATION DE L'UTILISATION DES REPRÉSENTATIONS JOURNALISTIQUES LORS DES SOMMETS DES AMÉRIQUES

Ce chapitre constitue l'aboutissement de tout le travail de recherche, puisque nous y exposons les résultats de notre analyse du corpus et que nous y procédons à l'interprétation des résultats trouvés, à la lumière des hypothèses et des différentes théories associées au champ de la communication politique. Ainsi, la contextualisation générale et celle plus spécifique des conférences régionales et de la mondialisation face à la presse écrite, servent de points de repère à la découverte des procédés journalistiques et aux représentations symboliques qui ont pu être utilisés pour construire le sens du message.

Les choix méthodologiques énoncés au chapitre précédent, ont permis de façonner l'instrument adéquat pour lire le corpus tandis que l'analyse des résultats obtenus reprend les différentes catégories et thèmes de la grille de lecture. En étudiant de plus près les rassemblements de chefs, lors des Sommets des Amériques, on tente de dévoiler le processus de fabrication du consentement populaire, tout comme les procédés journalistiques et les moyens idéologiques mis en œuvre pour légitimer les idéologies dominantes et favoriser l'adhésion du public à l'ordre de priorité des sujets offert par les médias, même dans une situation de surabondance médiatique.

Le chapitre se divisera en deux parties distinctes : d'abord, la partie présentation et analyse des résultats obtenus par diverses lectures. L'analyse reprend les effets des biais de contenu, de thématique ainsi que de rhétorique de la grille de lecture, et présente les données qui se rapportent à chacun de ces biais. La seconde partie fait état de l'interprétation des résultats obtenus, en utilisant la grille de lecture et énonce quelques conclusions possibles à tirer et tente de répondre aux interrogations contenues dans les objectifs de ce mémoire, en lien avec les choix théoriques abordés dans le Chapitre II.

4.1 PRÉSENTATION ET ANALYSE des résultats

4.1.1 Biais de contenu

Toute analyse de contenu d'articles de journaux doit faire état des acteurs en présence ainsi que des enjeux et événements présentés dans la couverture afin de résumer un peu le dossier et permettre à tous de suivre la démonstration.

Dans les articles étudiés, autant pour le Sommet de Miami que de Québec, plusieurs acteurs se retrouvent à l'avant-scène de la rencontre intercontinentale. Dans la presse américaine, on retrouve 44 mentions des Présidents Clinton et Bush, mais seulement quelques mentions pour Fidel Castro, la Maison Blanche, Vicente Fox, Jean-Bertrand Aristide, Hugo Chavez, les services policiers, les manifestants, les protestataires anti-mondialisation et les leaders latins. Du côté canadien, c'est le maire de Québec Jean-Paul L'Allier, le Premier-ministre Jean Chrétien, Pierre Pettigrew le ministre des Affaires étrangères, la police, les manifestants pacifiques, anti-mondialisation ou altermondialistes, le Président Clinton ou Bush, les journalistes et le Parti Libéral du Canada qui font l'objet de multiples représentations. Se greffent à tous ces protagonistes quelques mentions irrégulières de 34 pays partenaires, dont le Chili, le Mexique, le Venezuela, le Brésil, la Bolivie, le Paraguay, l'Uruguay, l'Argentine, le Guatemala, le Pérou, le Guatemala, la Colombie, l'Équateur et le Costa Rica. Les journalistes proposent une vision de l'Amérique latine, de la démocratie et des Nations Unies propre aux négociations des Sommets des Amériques.

Quant aux enjeux des événements décrits par les médias (presse écrite), qui sont basés sur une représentation idéologique néo-libérale des faits, ils sont de deux ordres. D'une part les enjeux politiques et économiques majeurs des rencontres, qui passent par l'acceptation de l'idée de projet de Zone de Libre-échange des Amériques (ZLÉA) dans un continent où la pauvreté est surtout un phénomène du Sud. Puis, le besoin de justifier la tenue d'une conférence intercontinentale des chefs d'État des pays démocratiques, sous haute surveillance, tout en maintenant une distance entre les événements internes (discours officiels et cérémonies) et les événements extérieurs, liés à la présence de manifestants issus de groupes anti-mondialisation (et maintenant altermondialisation). D'autre part, il y a les enjeux plus secondaires et controversés reliés à l'organisation des Sommets (35%), des groupes de manifestants (31%) et de la sécurité des chefs d'État (19%). Des thèmes qui malgré le sérieux et l'importance des

premiers prennent souvent plus d'ampleur dans le traitement journalistique, en raison de toute l'attention accordée aux événements négatifs ou spectaculaires et aux critiques de la classe politique dans la presse.

L'élément important à mentionner ici est qu'entre la tenue du premier Sommet de Miami et celui de Québec, il y a eu une démultiplication des sommets de tout genre : le 2^e Sommet des Amériques à Santiago en 1997, l'OMC à Seattle en 1999, le G-8 à Londres, le FMI à Prague et également le Sommet des peuples de Davos à l'aube de 2001, pour n'en nommer que quelques-uns. Des événements qui, comme on le sait, ont permis aux citoyens, aux journalistes et aux politiciens de jeter un nouveau regard sur les enjeux de la mondialisation, en les faisant évoluer afin de refléter l'avancement des travaux et des pourparlers internationaux en faveur de la libéralisation économique.

La couverture de presse étudiée pour chacun des Sommets (197 articles au total) a donc repris les enjeux majeurs mentionnés plus haut, tout en mettant l'emphasis sur d'autres enjeux secondaires témoignant du climat politique du pays où ils avaient lieu, tels que des manifestations violentes, des déclarations chocs ou des prises de position nouvelles. C'est grâce à des observations effectuées lors de lectures préliminaires, que nous avons pu formuler nos hypothèses de recherche et modéliser nos intuitions en concepts, puis en catégories d'analyse propres à notre grille de lecture.

4.1.2 Biais thématique

Le biais thématique tel que nous l'avons expliqué dans le chapitre portant sur les choix méthodologiques, permet de faire ressortir les grands thèmes de l'analyse. Ces thèmes forment la trame narrative ou l'angle choisi par lequel l'événement est rapporté. Plusieurs thèmes sont ressortis dans les articles et ont été séparés afin de respecter les deux périodes clairement définies pour chacun des Sommets, pour l'année 1994 et 2001. Ainsi, en 1994 il s'agit surtout des thèmes informatifs traitant des idéologies, des grands enjeux, des objectifs de la mise en place d'un Sommet des Amériques, plutôt que d'organisation, du déroulement des rencontres et des événements qui surviennent lors du Sommet, tel que c'est le cas en 2001. À cette époque, l'abondance de critiques négatives, avant et pendant le Sommet, avait presque éclipsé la publication d'articles informatifs présentant les différents enjeux, les positions des différents protagonistes ainsi que les intérêts qui les motivent à agir ainsi.

Il sera d'abord question des thèmes abordés au cours du Sommet de Miami, selon deux catégories : journaux américains locaux et nationaux, et journaux canadiens locaux et nationaux. Puis, nous aborderons le Sommet de Québec, en suivant le même modèle.

Bien que cette analyse demeure essentiellement qualitative, nous avons tout de même prévu d'effectuer une partie de l'analyse de manière quantitative, afin de voir combien d'articles de journaux traitent de chacun des thèmes. Nous croyons qu'il sera ainsi plus facile de percevoir et d'expliquer la présence d'une certaine progression et/ou continuité (ou son absence) dans le traitement thématique de l'information par les journalistes.

4.1.2.1 Miami : journaux américains locaux et nationaux

Dans l'analyse des journaux américains, nous avons accordé une attention particulière au nombre d'articles publiés par chacun des quotidiens américains. Nous avons ainsi remarqué que le *Miami Herald* avait produit plus d'une soixantaine d'articles sur le sujet, alors que le *New York Times* avait fait paraître moins de vingt articles pour la même période. Notre échantillon a retenu 44 articles du *Miami Herald* et sept articles du *New York Times*.

Afin d'établir quelles sont les représentations les plus utilisées, nous avons analysé les résultats obtenus par l'analyse thématique faite au moyen de la grille de lecture. Il apparaît clairement que les thèmes de « l'Économie » (33%), de la « ZLÉA/ ALÉNA » (35%), des « relations économiques entre les partenaires » (31%), de la « politique » (42%), de la présence du « Président Clinton ou Bush » (55%), des « négociations politiques » (31%), de la « démocratie » (37%) et de « l'organisation du Sommet » (47%) sont les thèmes qui ont été les plus souvent mentionnés par les journalistes américains, lors du Sommet de Miami, tandis que la « présence de groupes altermondialistes », des « enjeux » de la rencontre, des « acteurs », des « manifestations » et de « contre sommet » n'ont pas été traités dans les pages de ces deux entreprises de presse. De plus, aucun des thèmes choisis pour l'analyse n'a été traité de manière continue par les journalistes, au cours de la période choisie qui comptait 23 jours.

Tableau 4.1

Total des thèmes recensés pour l'ensemble des articles de journaux publiés lors du Sommet des Amériques de Miami, en 1994

Journaux	Soleil	Miami Herald	Globe & Mail	New York Times	Total
Nombre d'articles	8	44	13	7	72
THÈMES					
Économie	4	12	11	5	32
globalisation	1	4	0	0	5
zléa / ALÉNA	8	13	12	5	38
relations économiques entre les partenaires	7	12	10	4	33
libéralisme / capitalisme	2	5	6	2	15
banque mondiale	0	0	0	0	0
embargo avec Cuba	2	6	5	2	15
Politique	2	16	4	5	27
Président Clinton / Bush	4	23	7	5	39
démocratie	4	16	4	3	27
négociations	5	11	8	5	29
communisme / Cuba	1	6	2	1	10
droits civiques	1	8	3	2	14
syndicalisme	0	0	0	0	0
Groupes altermondialistes	0	0	0	0	0
enjeux / intérêts	0	0	0	0	0
acteurs	0	0	0	0	0
manifestations	0	0	0	0	0
désobéissance civile	0	2	0	0	2
contre-sommet	0	0	0	0	0
Organisation du Sommet	0	23	0	1	24
transparence	0	3	0	0	3
violences	0	0	0	0	0
opposition	0	2	0	0	2
médias	0	9	0	0	9
coûts	0	9	0	0	9
Sécurité	0	8	0	0	8
chefs d'état	0	4	0	0	4
périmètre / clôture	0	0	0	0	0
prison	0	0	0	0	0
police	0	4	0	0	4
Enjeux du Sommet	0	8	4	1	13
États-Unis	4	17	5	1	27
34 pays partenaires	3	7	2	0	12
pauvreté	0	4	2	0	6
social	0	1	0	0	1
santé	0	1	0	0	1
environnement	0	3	1	0	4
culture	0	2	0	0	2
Présentation	0	0	0	0	0
positive	3	21	6	3	33
négative	2	10	4	3	19
informatif	3	8	2	1	14
comparaison Seattle	0	0	0	0	0

Dans le *New York Times*, on retrouve surtout une couverture qui fait état des négociations en cours pour la mise en place de l'ALÉNA et de la querelle qui fait rage entre l'administration Clinton (démocrate) et le Congrès dont la majorité est détenue par les Républicains, autour de l'idée de mettre en place des accords de libre-échange encore plus vastes. De plus, on parle de la campagne de séduction qu'opère Bill Clinton envers des leaders des pays d'Amérique latine et du Sud, en vantant les mérites du libre-échange auprès des élites économiques de chacun.

Ainsi, la couverture nationale reflète particulièrement les questions de politique intérieure et des avantages pour les États-Unis de mettre en place l'ALÉNA comme les autres accords internationaux récemment implantés ou susceptibles de l'être prochainement. Ainsi, on retrouve quelques éléments de ce fameux esprit de Miami, mais beaucoup d'arguments en faveur de la libéralisation des marchés et de l'élimination des barrières tarifaires entre les États-Unis, le Canada et le Mexique et ultimement d'autres démocraties éligibles. Les questions économiques liées aux affaires et au financement des économies du Sud par la Banque Mondiale sont des thèmes récurrents, tout comme celui de la restructuration économique et la santé financière des États-Unis. De plus, cette entreprise de presse de renommée internationale, met l'accent sur la nécessité d'avoir des gouvernements démocratiquement élus d'un bout à l'autre des Amériques à titre d'ultime condition de réalisation d'un plus grand accord de libre-échange.

Du côté du *Miami Herald*, l'abondance de la couverture offerte (44 articles) commande de procéder chronologiquement afin de détailler les thèmes traités par les journalistes. Vu sous un angle local, le Sommet de Miami présente plus de détails liés à l'organisation de l'événement et aux craintes des dirigeants et organisateurs du Sommet, que le tout soit compromis par des protestations.

On retrouve également des articles de type « *people* » présentant les activités des délégués officiels, invités spéciaux et chefs d'état, comme celle des artistes invités pour l'occasion. Ainsi, on remarque qu'une grande attention est accordée à des éléments autres que ceux qui sont liés directement à la tenue du Sommet. On présente une revue des activités mettant en scène des talents américains et l'on révèle des performances artistiques pour les visiteurs et invités étrangers.

Mais l'entreprise de presse offre également un nombre important d'articles qui traitent des enjeux du Sommet, autant économique que politique ou social et liés à un des 34

pays visés par une future entente de libre-échange des Amériques. On discute des objectifs de réunir les chefs d'États et de l'importance de la rencontre pour les pays latins du Sud. On discute et questionne également l'utilité et la légitimité de la démarche des organisateurs comme on remet en cause le déroulement des négociations.

Les journalistes parlent abondamment de « l'esprit de Miami » et de la vision des organisateurs du Sommet d'ouvrir les échanges commerciaux à l'ensemble des Amériques. On y retrouve donc plusieurs éditoriaux critiquant les approches américaines et la tentative de séduction orchestrée par les gouvernements du Nord afin de séduire le Sud.

Le *Miami Herald* présente plusieurs portraits et articles de fond, qui mettent en relief les objectifs, les attentes et les intérêts de certains pays du Sud. Les plus favorables à l'entente; le Chili, la Colombie et l'Argentine sont mentionnés comme des alliés des États-Unis. Alors que le Venezuela et son Hugo Chavez sont perçus plutôt comme des détracteurs du gouvernement américain et des opposants à la mise en place de nouveaux traités et de règles de Droit. Au nombre des protestataires de la ZLÉA, on retrouve même la Guyane pour qui l'idée de la mondialisation est absolument néfaste pour les pays du Sud. Quelques journalistes insistent sur ces différences d'intérêts entre les pays du Sud et du Nord face à l'avènement prochain, d'une grande zone de libre-échange des Amériques, mais la plupart se positionnent en faveur d'un accroissement du mouvement commercial sur le continent, mais en faveur de qui?

Le thème de l'élargissement de l'ALÉNA pour laisser entrer le Chili dans les échanges est une nouvelle préoccupation économique pour les États-Unis, mais également pour le Mexique, qui est le dernier joueur à s'être glissé dans l'échiquier commercial nord-américain. Ainsi, la Zone de libre-échange des Amériques qui constitue un thème de discussion rêvé pour certains est plutôt perçu d'un mauvais œil par d'autres. On note que certains pays de l'hémisphère Sud sont inquiets de subir les contrecoups des modifications aux règles d'échanges commerciaux en vigueur. Ils craignent que la mondialisation et les négociations entourant ce nouveau traité de libre-échange continental, piloté par les Américains, effraient plusieurs chefs d'États qui s'inquiètent de voir leur économie intérieure envahie par les produits du géant mondial de la production à faibles coûts.

Le thème de la démocratie et de la transparence des administrations est également présent dans les pages de ce quotidien, à titre de préoccupations des chefs d'États, mais également

des manifestants de toute allégeance. Ainsi, on remarque qu'une place importante est accordée à l'établissement de règles pour déterminer quels pays se conforment aux critères démocratiques et lesquels vont à leur rencontre et seront éventuellement exclus des négociations du Sommet. On souligne également que les leaders politiques ont tous des agendas politiques précis et des buts différents pour approcher cette rencontre, faisant en sorte que plusieurs discours opposés sont rapportés par les médias.

Parmi ces discours, on retrouve une voix dissidente, celle de Jean-Bertrand Aristide, qui incite les autres pays et économies industrialisées du continent à appuyer Haïti dans ces démarches vers l'accession à la démocratie. Ainsi, la présence d'un leader à la fois charismatique et idéaliste, qu'une partie de la population américaine d'origine haïtienne idéalise, laisse place à de nombreuses manifestations. On constate un clivage parmi les habitants de Miami qui n'hésitent pas à faire entendre leur voix.

Mais au registre de la dissidence, une voix reste muette, celle du dirigeant communiste cubain Fidel Castro. Et ce malgré le désir de plusieurs d'accueillir l'Île à la table des négociations afin de jeter les bases d'une nouvelle démocratie et que soit enfin levé l'embargo économique américain. Mais personne ne semble d'accord sur les moyens à mettre en œuvre pour que Cuba se rapproche des critères démocratiques exigés par les organisateurs du Sommet. Même la presse semble perplexe et n'arrive pas à un consensus à ce sujet.

Finalement, le thème de l'environnement trouve place parmi les idées et les enjeux majeurs de la rencontre. L'Amérique centrale en a fait son cheval de bataille, alors que les États-Unis refusent toujours de s'astreindre à une réduction des émissions polluantes

4.1.2.2 Miami : journaux canadiens locaux et nationaux

L'analyse de contenu effectuée a permis de retenir que les thèmes les plus souvent évoqués par les journalistes canadiens ont été : « l'Économie » (71%), le « libéralisme/capitalisme » (38%), les « relations économiques entre les partenaires » (80%), les « négociations » (62%), la « démocratie » (38%), la présence du « Président Clinton ou Bush » (62%), le « rôle des États-Unis » (43%) et bien entendu, la ZLÉA/ALÉNA (95%).

Pour ce qui est de la couverture effectuée par le *Globe & Mail* seul, le thème de la ZLÉA/ALÉNA revient dans l'ensemble des articles, soit 12 sur 13. On peut ainsi voir

l'importance accordée à l'idée du libre-échange par cette entreprise de presse, dont les titres d'articles étaient également révélateurs de l'allégeance idéologique favorable à la doctrine du libéralisme économique. On retrouve des titres plutôt favorables à l'incorporation du Chili dans l'ALÉNA, un traité qui réunissait le Canada, les États-Unis et le Mexique, selon les termes prévus quelques mois auparavant. Bien que les titres n'aient pas fait l'objet d'une analyse formelle, cet élément d'information apporte une précision quant à l'idéologie de la rédaction du *Globe & Mail*.

Plusieurs journalistes s'attardent donc à décrire les relations commerciales qui unissent les partenaires économiques, en particulier l'embargo américain qui affecte Cuba. Ainsi, l'idée d'inviter ou non Fidel Castro à cette conférence divise les chefs d'États et complique les négociations en cours.

Finalement, il est important de souligner qu'une grande partie des articles traite des thèmes des négociations et de la démocratie, intrinsèquement reliés. On discute donc de l'implication des États-Unis, des divergences rencontrées avec le Canada et les autres pays partenaires. On discute du rôle prochain du Chili dans les échanges économiques continentaux, sans oublier les défis que devront affronter les pays du Sud au cours des prochaines années. Les questions de territorialité, de souveraineté et de frontières commerciales sont également abordées par les journalistes.

Pour ce qui est de la couverture faite par le journal *Le Soleil* de Québec au travers de huit articles, on retrouve surtout le portrait d'un rassemblement des chefs d'État, sous l'angle de la discussion des chefs, des politiques et du rôle du Québec dans un éventuel traité de libre-échange élargi. De plus, en raison des négociations et des questions qui entourent l'élargissement de l'ALÉNA vers le Chili et la création ZLÉA, les journalistes dépeignent un gouvernement québécois prudent. Plusieurs chefs d'État ont des avis partagés sur la nécessité d'ouvrir les frontières économiques des Amériques. Le Québec paraît hésitant face à la critique acerbe et craint la noyade économique.

Mais d'autres thèmes secondaires, liés à ceux de la « Sécurité » et de l'organisation du Sommet, sont absents des articles canadiens, car ces thèmes étaient encore trop loin des principaux enjeux politiques et économiques de cette 1^{ère} rencontre diplomatique des États Américains, en 1994. Conséquence : plusieurs thèmes n'ont pas été mentionnés dans les

pages des deux quotidiens canadiens, c'est le cas des « Groupes altermondialistes », des « Enjeux /intérêts », des « Manifestations », de la « Désobéissance civile » et du « Contre-Sommet ». Ce sont tous des thèmes émergeant des organisations sociales, dont l'action était peu organisée en 1994, et qui ne faisaient pas encore la manchette en raison de leur relative absence des tribunes publiques.

4.1.2.3 Québec : journaux américains locaux et nationaux

Étant donné que le Sommet de Québec, en 2001, était la 3^e manifestation du rassemblement des chefs d'État des pays démocratiques des Amériques, l'attention générale des médias était tournée vers cet événement bien avant la date officielle d'ouverture des conférences, au Centre des Congrès de Québec, en avril 2001. Les journaux américains surveillaient de près la préparation de la ville et analysaient tous les plans et propositions des groupes invités aux tables de discussion. Les journaux américains ont publié une quarantaine d'articles lors des journées correspondant à la période étudiée. Notre échantillon comprend 23 articles au total.

Tout d'abord, le journal national *New York Times* rapporte plusieurs détails sur le déroulement des négociations en cours, afin de mettre en place la nouvelle Zone de libre-échange des Amériques (ZLÉA). On découvre plusieurs portraits de pays partenaires ainsi que plusieurs des enjeux mis à l'épreuve lors des négociations. L'entreprise de presse fait une grande place à la politique (39%) et au déroulement des négociations (21%). On accorde beaucoup d'importance aux actions ainsi qu'aux discours du Président George W. Bush, tout comme à son désir et sa détermination de réaliser la ZLÉA pour accroître la démocratie au sein des Amériques, qui est décrit dans 30% des articles. Ainsi, le respect des principes de démocratie apparaît comme l'unique condition pour réaliser la Zone, selon Bush.

Tableau 4.2

Total des thèmes recensés pour l'ensemble des articles de journaux publiés lors du Sommet des Amériques de Québec, en 2001

Journaux	Soleil	Miami Herald	Globe & Mail	New York Times	Total
Nombre d'articles	28	11	74	12	125
THÈMES					
Économie	7	5	33	6	51
globalisation	0	2	5	6	13
zléa / ALÉNA	6	4	33	9	52
relations économiques entre les partenaires	4	4	19	3	30
libéralisme / capitalisme	7	0	6	4	17
banque mondiale	5	2	1	0	8
embargo avec Cuba	0	0	3	0	3
Politique	9	1	31	3	44
Président Clinton / Bush	0	4	0	12	16
démocratie	6	4	27	7	44
négociations	0	4	22	4	30
communisme / Cuba	0	0	2	3	5
droits civiques	6	0	9	5	20
syndicalisme	0	0	0	0	0
Groupes altermondialisation	3	2	18	3	26
enjeux / intérêts	6	0	9	0	15
acteurs	13	2	5	0	20
manifestations	7	4	36	4	51
désobéissance civile	5	0	2	1	8
contre-sommet	13	3	9	1	26
Organisation du Sommet	0	1	38	1	40
transparence	0	4	15	1	20
violences	9	2	16	1	28
opposition	0	2	18	2	22
médias	0	1	10	0	11
coûts	7	3	8	0	18
Sécurité	1	1	26	1	29
chefs d'état	1	0	5	0	6
périmètre / clôture	10	2	16	4	32
prison	4	0	3	0	7
police	5	2	23	0	30
Enjeux du Sommet	1	2	11	3	17
États-Unis	2	1	6	6	15
34 pays partenaires	0	2	3	8	13
pauvreté	5	2	4	0	11
social	6	0	4	0	10
santé	0	0	1	2	3
environnement	0	2	7	5	14
culture	2	0	4	0	6
Présentation	0	0	0	0	0
positive	10	0	4	2	16
négative	5	7	27	6	45
informatif	9	0	32	3	44
comparaison Seattle	2	2	5	1	10

Le *New York Times* est un quotidien qui jouit d'une renommée internationale, grâce à sa réputation de rigueur et d'objectivité journalistiques, et fait état des divers enjeux entourant le fonctionnement actuel de l'ALÉNA (9 articles sur 12) afin de situer la problématique pour les lecteurs. Il véhicule l'idée que le libre-échange, comme principe économique du libéralisme (4 articles sur 12), est incontournable et le meilleur système qui soit. Ainsi, l'imposition d'un embargo économique envers Cuba (3 cas) est reçue de façon positive et présentée comme un moyen normal de gérer les échanges avec les dissidents. On affirme même que Castro méprise les autres leaders politiques du Sud, qui travaillent avec les Américains, et qu'il les qualifieraient de « dupes ». Un autre thème d'actualité qui est brièvement traité est, celui de l'environnement (5 mentions).

On retrouve ensuite plusieurs détails sur l'organisation du Sommet, les moyens de sécurité mis en place, ainsi que l'ambiance générale qui règne dans la ville de Québec. On parle de la muraille qui entoure Québec, comme d'une continuité des anciennes fortifications, une sorte de complément urbain aux vestiges militaires passés.

Finalement, les manifestations, actes de violence et des protestations sont mentionnés huit fois dans les quelques articles publiés. C'est à ce moment que l'on peut lire des entrevues de dirigeants de groupes altermondialistes et membres de la société civile qui n'ont pas été admis aux tables de discussion ni aux négociations, et qui, autrement, n'auraient eu de voix lors du rassemblement des chefs d'États des Amériques.

Vu sous un angle d'analyse local, le *Miami Herald* offre une couverture assez étendue des différentes activités et événements marquants du 3^e Sommet des Amériques. Notre analyse n'a tenu compte que des 11 articles publiés lors des journées marquées par un nombre pair au calendrier et laissé tomber les 13 autres.

Le thème de l'Organisation et de la Sécurité du Sommet a été rapporté abondamment par les journalistes du Miami Herald. Ils comparent le Sommet de Québec à celui de Miami, où il y avait eu peu de violences, mais minimisent la part des événements ou des discussions difficiles. Ils déplorent le manque de cohérence de la rencontre, les difficultés d'organisation et la présence de nombreux manifestants.

Le thème de la Politique intérieure et de l'histoire sont également repris par les scribes de l'information qui qualifient cette rencontre d'historique, tout en soulignant les innombrables et inquiétantes difficultés que devront surmonter les économies du Sud pour accéder au titre de partenaire de la ZLÉA. Plusieurs raisons les motivent, notamment celle de mettre de l'avant l'initiative américaine et les avantages pour les Amériques, de l'achèvement prochain des négociations de la ZLÉA.

Du côté économique le thème du Libre-échange est mentionné dans 45% des articles et sous différents angles lors des 3 jours du Sommet. Il est question des leaders latino-américains et des mesures à prendre pour améliorer les conditions de vie des habitants du Sud et de l'agenda de George Bush pour faire la ZLÉA (8 articles sur 11). Car bien que le Congrès ne soit pas décidé à aller de l'avant avec cet accord, Bush est convaincu qu'il triomphera et convaincra les pays du Sud de mettre en place cette immense zone de commerce.

Du côté social, le thème de l'Éducation n'est que très peu mentionné. Les pays latino-américains pourtant déplorent le manque de ressources et d'infrastructures pour éduquer et mettre en place des écoles et des centres de recherche importants.

4.1.2.4 Québec : journaux canadiens locaux et nationaux

Chez les médias canadiens, les questions économiques et d'organisations du Sommet dominent largement les pages des deux quotidiens, au cours de la période étudiée. Notre échantillon pour *Le Soleil* regroupe 26 articles, qui peuvent être classés en cinq genres : éditorial, enquête, nouvelle, reportage et portrait.

Le thème de l'Économie est certainement un des plus traités avec une mention dans 39% des articles, en particulier celui de la ZLÉA (30%) et des répercussions ou des résultats des négociations (21%). On y reprend l'idée des relations économiques entre les 34 pays partenaires (22%) pour une entente économique. *Le Soleil* a présenté plusieurs portraits et des articles de fonds reprenant les problématiques politiques, sociales et économiques propres à certains États du Sud.

À ce chapitre, le thème de la Politique intérieure québécoise est largement détaillé, mais non répertorié dans notre analyse. Il est d'abord question des problèmes avec les

services de police pour la sécurité et des syndicats de gardiens de prison. Ensuite, les journalistes reprennent certains propos de membres d'organisations militantes nationalistes et étudiantes.

L'organisation du Sommet et les mesures de sécurité qui avaient largement été contestées plusieurs mois avant la tenue de l'événement défrayent à nouveau les manchettes, en particulier le fameux périmètre et la clôture (11 cas sur 28 articles). On peut même y lire deux commentaires de ministres des gouvernements provincial et fédéral. L'importance de l'événement ne peut qu'attirer la controverse et *Le Soleil* fait état des protestations qui ont lieu pendant le Sommet et ont marqué l'histoire du Québec, par la violence des affrontements entre manifestants et policiers. Les journalistes s'efforcent donc de décrire le climat qui règne lors des événements et de donner un aperçu du « contre-sommet » avec 13 mentions directes. En parallèle aux manifestations, plusieurs journalistes s'intéressent aux manifestants, à leurs objectifs et à leurs demandes particulières (25% des articles).

Au Canada anglais, nous avons constaté que le *Globe & Mail* a publié une centaine d'article au cours de la période, mais notre échantillon a retenu 74 articles, dont 25 éditoriaux. Cette ample couverture des activités journalières proposait la Globalisation, comme l'un des thèmes les plus importants présenté, nous en avons retrouvé des mentions dans quatre chroniques et dans un éditorial plutôt sarcastique.

Le thème des Enjeux privilégiés par le gouvernement canadien est détaillé à 11 reprises et comparé avec les demandes du Mexique et les réalités économiques, politiques et sociales des 34 pays. On parle ici des thèmes (enjeux) qui ont été choisis par l'Organisation des États Américains (OEA), qui est l'organisation chargée de gérer les Sommets Interaméricains, de définir la mission et les sujets qui seront discutés, lors des conférences et des pourparlers, en vue de l'avancement des plans d'action.

Le thème de l'Anti-mondialisation est touché à 18 reprises par les Journalistes du *Globe & Mail*, qui n'hésitent pas à questionner les actions des groupes contestataires (14% des cas). On jette un regard critique sur la façon dont les services policiers envisagent et anticipent les manifestations violentes. On y trouve une dénonciation de l'action gouvernementale américaine et un appel au durcissement pour le gouvernement canadien, en faveur de la protection des économies plus faibles.

Du côté du thème Politique (31 mentions), il est question du Ministre Pettigrew et du ministre de l'Agriculture qui a été ridiculisé suite à certains commentaires et ses demandes pour participer à la conférence. On rappelle la querelle intestine fédérale-provinciale et l'on affirme que le gouvernement québécois va profiter du Sommet pour faire la promotion de la Souveraineté. On retient aussi le manque de transparence (15 mentions) des délégations invitées aux négociations et de l'abus de pouvoir des forces policières qui tentent de protéger les délégués.

L'absence de Cuba a soulevé beaucoup de questions et permis de décrire un autre aspect du débat sur l'implantation d'une Zone de libre-échange (33 mentions). Il devient évident que cette politique sera discriminatoire à l'égard des économies les plus faibles et moins développées. Dans ce même ordre d'idée, le thème de la Démocratie fait l'objet de plusieurs écrits et critiques acerbes avec 27 mentions. Les journalistes soulignent aussi que les mesures de sécurité extrêmement importantes sont une sorte d'atteinte au droit de manifester, en contrevenant à l'une des principes fondamentaux de la démocratie. Le concept des droits civiques est mentionné à 9 reprises.

Le *Globe & Mail* offre une bonne couverture des protestations et questionne la légitimité des manifestations. D'autres articles et reportages font état de la situation de manifestants emprisonnés et de leurs plans d'actions peu crédibles. Les comportements violents ont inquiété les habitants de Québec et nécessité de grandes mesures de répression, et le quotidien de Toronto les a décrits abondamment dans ses pages. Il y a un peu d'exagération de la part de certains reporters effrayés par l'ampleur des manifestations et les arrestations massives.

Après la politique et les contestations, on revient à l'économie avec le thème du Libre-échange où 49% des articles mentionnent soit le thème de la globalisation, de la ZLÉA/ALENA ou du libéralisme / capitalisme. On y décrit les visées de Geroge Bush en matière de commerce international et de libre-échange. On dévoile les résultats de quelques sondages et l'on présente l'opinion des autres chefs d'États. Beaucoup d'attention est accordée aux propos du leader mexicain Vicente Fox, pressenti comme le réconciliateur du Nord et du Sud, un modèle d'intégration économique.

Le thème des Négociations est également très important (22 mentions), particulièrement tout ce qui concerne le rapport de force qui existe entre le Mexique et les

États-Unis. On retrouve quelques mentions des conditions économiques difficiles dans les pays d'Amérique latine et des moyens pour régler la situation. L'Organisation du Sommet constitue le dernier thème recensé dans l'analyse de contenu du *Globe & Mail*, on y dépeint le climat général de l'événement, particulièrement pour les questions de sécurité dans 53% des cas. Plusieurs semaines avant le Sommet, les journaux prévoyaient un climat tendu et annonçaient des difficultés. On a également pu lire que plusieurs chroniqueurs se prononçaient contre la tenue du Sommet et qu'ils questionnaient la raison d'être et l'utilité de ces rencontres. Les critiques fusent et les détracteurs s'en donnent à cœur joie pour diminuer l'impact réel des rencontres continentales.

Le seul thème qui se présente de la même manière tant à Miami qu'à Québec, est celui des Négociations pour la mise en place de la Zone de libre-échange des Amériques. D'un côté, vous avez la proposition d'ouverture des échanges commerciaux des États-Unis et de l'autre, les craintes et le mécontentement des autres pays devant la multiplication des interventions commerciales américaines dans les régions du Sud. La plupart des actions en ce sens sont présentées négativement pour le Président des États-Unis et le pays le plus puissant des Amériques, que l'on n'hésite pas à qualifier d'impérialiste, de dominant et d'exploitant des économies des pays pauvres du Sud.

Ce n'est qu'à la suite des manifestations et des violences, qui ont eu lieu lors du Sommet de l'OMC à Seattle, en décembre 1999, que les médias ont développé un intérêt pour les revendications citoyennes, en matière de mondialisation et d'économie. D'ailleurs une nouvelle représentation publique est née de tout ce mouvement de contestation contre la mondialisation des marchés et des économies, il s'agit de la société civile, en opposition aux États et aux entreprises privées.

4.1.3 Biais rhétorique

Tel que décrit dans le Chapitre III, l'analyse comparative thématique permet de se questionner sur le contexte et la structure de raisonnement d'un reportage ou de rédaction d'un article, en lien avec la logique formelle et linguistique propre au métier de journaliste. Le biais rhétorique est donc l'un des aspects les plus importants à étudier lorsqu'on effectue une analyse de contenu de la couverture médiatique d'une situation de conflit ou d'un événement spectaculaire, puisqu'on regarde de près l'utilisation de l'opinion, de l'émotion, le choix d'un ton particulier ou

encore la coordination des images avec les commentaires. Étant donné que le Sommet de Québec est lié de très près à un conflit, celui des manifestants anti-mondialisation avec la police et des militants altermondialistes avec les chefs d'État, il devient plus que pertinent de surveiller les commentaires et les opinions émises par les journalistes et entreprises de presse qui peuvent influencer l'opinion publique.

Il ne faut jamais perdre de vue que les médias sont les témoins privilégiés de l'action, qu'ils font une évaluation des événements et qu'ils choisissent de reproduire ou non des représentations publiques, en fonction des valeurs auxquelles ils adhèrent ou qu'ils tentent de promouvoir. Cet aspect de l'analyse de contenu est directement lié au processus de construction du sens des messages et au choix de catégorisation, de sélection, d'interprétation et d'évaluation des éléments de la réalité présentée. C'est grâce au processus de construction de la réalité, que le journaliste et l'entreprise de presse obtiennent une légitimité, en donnant leurs points de vue sur des faits de nature économique, politique et sociale qui vont affecter la vision du lecteur de ce même événement.

Un autre élément important à considérer dans cette partie de l'analyse est, que les quatre journaux étudiés ne sont pas écrits dans la même langue, le *Miami Herald*, le *New York Times* et le *Globe & Mail* sont tous des journaux anglophones, alors que *Le Soleil* est francophone. C'est une difficulté supplémentaire dans l'interprétation des données, des représentations journalistiques et des résultats d'analyse, car les règles de grammaire ne s'élaborent pas de la même façon en anglais et en français. Ainsi, nous nous attarderons au genre d'opinion qui est émise par les journalistes et le positionnement du thème, en nous basant sur le ton de présentation des articles, soit du message ou de l'utilisation d'une représentation : positive, négative ou informative. L'absence d'une prise de position ou d'une opinion marquée par le journaliste signifie que l'article est informatif.

4.1.3.1 Message et représentations : *Miami Herald*

La couverture de presse offerte par les journalistes du *Miami Herald* lors de la première édition du Sommet des Amériques de 1994 est constituée d'une majorité de nouvelles, notre échantillon de 44 articles au total, contient 29 nouvelles. De plus, on retrouve neuf reportages, trois éditoriaux, une analyse politique et une critique musicale. Le ton général des articles produits lors du Sommet de Miami, est plutôt positif. L'analyse de

contenu a démontré que 22 articles avaient un ton positif, contre 11 qui avaient un ton négatif et également 11 dégageaient un ton informatif. Étant donné que cette conférence occupait toute la place dans l'actualité, plusieurs journalistes, reporters et éditorialistes ont écrit sur le sujet au cours de la période étudiée. Cette première édition n'a pas été envisagée de manière négative par l'ensemble des acteurs locaux ; gouvernement américain, journalistes, citoyens et entreprises qui se sont impliqués pour créer cet événement.

Pour ce qui est du 3^e Sommet des Amériques à Québec, le *Miami Herald* avait dépêché un reporter sur place, André Oppenheimer et plusieurs journalistes commentaient les événements, à partir de la salle de rédaction située à Miami. Le Sommet a fait l'objet de cinq éditoriaux, trois analyses, deux nouvelles et un reportage. Contrairement à Miami, le Sommet de Québec était envisagé de manière plus négative par l'ensemble des acteurs, organisateurs et participants, qui ne se gênaient pas d'en parler aux journalistes. Les critiques politiques sont importantes et les titres sont sarcastiques, comme le démontre ces exemples : « Who elected the summit protesters », « Bush vows to sell Americas trade deal », « Give democracy's agenda teeth », « Potato politics » et « A police state in the making ». Le ton général des articles était négatif et étant donné les circonstances difficiles dans lequel il s'est déroulé, les journalistes n'ont pas hésité à comparer son déroulement avec celui du Sommet de l'OMC à Seattle quelques mois auparavant. Cette rencontre avait été ponctuée d'affrontements violents entre les manifestants altermondialistes et policiers.

4.1.3.2 Message et représentations : *New York Times*

Le *New York Times*, journal dont la réputation internationale et la crédibilité n'est plus à faire, a proposé une courte couverture du Sommet de Miami, avec seulement sept articles dont trois nouvelles, deux éditoriaux et deux reportages. Le tout écrit par James Brooke et David E. Sanger, les principaux journalistes touchant à ce dossier. D'après le style d'article et le ton plutôt positif utilisé dans la moitié des articles, il apparaît juste d'affirmer que l'entreprise de presse est favorable à la tenue de l'événement comme à la mise en place de la ZLEA.

En ce qui a trait à la couverture effectuée lors du Sommet de Québec, le nombre d'articles analysés était plus important avec cinq reportages, trois éditoriaux et deux analyses. Plusieurs journalistes ont été assignés à la couverture de l'événement dont Anthony De Palma, qui a signé sept des douze articles, donnant le ton général des reportages et analyses. Ainsi il a été

possible de constater que l'orientation générale était plutôt négative avec six articles décrivant les problèmes, les détracteurs et les violences observées, lors du Sommet. On a également relevé deux articles présentant un ton positif, cinq qui proposaient un ton informatif et une seule comparaison avec le Sommet de Seattle.

4.1.3.3 Message et représentations : *Le Soleil*

Le Sommet de Miami présente des messages dont les représentations qui sont en moyenne plus positives. *Le Soleil* offre ainsi trois articles dont le contenu du message nous portait à croire que les journalistes représentaient les faits ou les actions de manière positive et optimiste, pour un total de 8 articles publiés durant la période étudiée. De ce nombre, il a été retenu que le journal a publié sept nouvelles écrites par la *Presse Canadienne*, *AFP* et *Reuter*, le service local d'agence de presse et un éditorial signé par Michel Vastel. Le ton des articles a varié avec trois articles positifs, deux négatifs et trois informatifs. Rien de bien surprenant quand on considère que les six articles étaient écrits par la *PC*, une agence de presse réputée pour son objectivité.

En 2001, la ville de Québec était l'hôte du 3^e Sommet et le journal *Le Soleil* a réussi à couvrir abondamment l'événement avec plus d'une trentaine d'articles publiés, et dont notre échantillon ne compte que 28 au total. De ce nombre, on retrouve 15 reportages, quatre nouvelles, deux enquêtes, quatre portraits, un abécédaire et deux entrevues. Parmi ces articles, dix adoptaient un ton positif, sept un ton négatif alors que neuf affichaient un ton informatif. L'entreprise de presse avait pris la décision d'assigner de manière exclusive quelques journalistes à la couverture de la conférence, ce qui a été le cas de Robert Fleury, Raymond Giroux, Éric Moreault et Jean-Simon Gagné, qui ont tous signé quatre articles ou plus. Ce qui est peu en comparaison avec le *Globe & Mail*, mais qui donne tout de même une teinte particulière à cette couverture épique.

4.1.3.4 Message et représentation : *Globe & Mail*

Du côté du Canada anglais, le Sommet des Amériques de Miami a été faiblement couvert par le *Globe & Mail*, avec seulement 13 articles publiés par cette importante entreprise de presse. On y retrouve quatre éditoriaux, six nouvelles, deux reportages et une analyse économique. Drew Fagan, Peter Cook ainsi que l'équipe éditoriale (*Managing staff*), qui signe tous les éditoriaux sont les principaux auteurs des articles publiés. On a remarqué que la moitié des textes, composée de six articles avaient un ton positif, contre quatre au ton négatif et deux au ton informatif. La politique

éditoriale du *Globe & Mail* est de publier des éditoriaux de groupe, qui reflètent réellement les idéologies dominantes au sein de ce groupe de presse et prend la forme d'une seule ligne éditoriale.

Pour ce qui est du Sommet de Québec en 2001, les enjeux étaient plus importants et l'attention de tous les médias était déjà tournée vers la petite ville francophone, avant même que l'événement ne débute. Cette analyse de contenu nous a révélé que le *Globe & Mail* a produit plus d'une centaine d'articles sur le sujet, mais seulement 74 correspondaient à la période étudiée et étaient de notre échantillon. De ce nombre, on a recensé 20 éditoriaux, 23 reportages, 23 nouvelles, cinq analyses ainsi que quatre commentaires politiques. Paul Knox, Mark MacKinnon, Rhéal Séguin, Peter Cook et Shawn McCarthy sont les principaux journalistes ayant été affectés à la couverture de ce grand événement qui a marqué la politique des deux Amériques.

Notons également que Naomi Klein, auteure du très populaire essai « *No Logo* », traitant de la mondialisation et des effets du libre-échange sur les économies du Sud, a signé un texte d'opinion intitulé « *Lies, Damned Lies and Statistics* », en opposition au rassemblement des chefs, à la ZLÉA et au libre-échange en général. Facile de comprendre pourquoi on retrouve seulement quatre articles de ton positif, contre 37 avec un ton négatif et 33 dont le ton est informatif. Comme il a été noté abondamment dans d'autres recherches, les journalistes du *Globe & Mail* sont très critiques à l'égard du gouvernement américain et rapportent beaucoup de problèmes liés à l'inégalité de richesse entre le Nord et le Sud.

4.2 INTERPRÉTATION : mise en scène / légitimation / agenda-setting et consentement populaire

S'il y a une partie plus difficile dans ce mémoire, c'est sans contredit celle-ci, car l'interprétation des résultats d'analyse demande de prendre du recul et de regarder les résultats obtenus dans l'analyse du corpus, par le biais de la grille de lecture et d'établir des parallèles avec les éléments théoriques présentés dans le chapitre précédent. Évidemment, il est particulièrement important de souligner les liens qui existent entre la problématique de la construction du sens des messages, les objectifs de compréhension du contexte spécifique des Sommets des Amériques et les stratégies médiatiques employées par les entreprises de presse écrite. En fait, la question du comment est fabriquée le consentement populaire par le biais de

stratégies médiatiques et l'utilisation de représentations publiques courantes, prend toute son importance dans cette partie. Celle où les véritables réponses sont apportées.

Il devient également important, ici, d'essayer d'apporter un début de réponse permettant d'expliquer pourquoi les médias ont recours à des stratégies de légitimation et aussi aux procédés journalistiques d'*agenda-setting*. Mais d'abord ce qu'il faut comprendre et voir, quelle réalité est présentée par les journalistes, et comment la mise en scène des événements formant l'actualité est expliquée, pour ensuite être transmise dans l'espace public afin de possiblement influencer l'opinion des lecteurs.

4.2.1 Propagande/ censure/ manipulation : procédés journalistiques dans la presse écrite américaine et canadienne

De prime abord, les résultats obtenus par l'analyse de contenu des articles de journaux tendent à démontrer une mise en scène médiatique des Sommets des Amériques. En effet, il est possible avec en parallèle les contextualisations générale et spécifique à la dynamique de la presse écrite nord-américaine et aux groupes altermondialistes, de voir que certains éléments sont mis de l'avant alors que certains sont passés sous silence. Certains faits sont particulièrement bien appuyés, avec force et détails, usant d'un certain sensationnalisme pour appeler aux sentiments, surtout patriotiques au travers des demandes économiques, des revendications des groupes altermondialistes et des demandes de la société civile. Le tout nous semble possible grâce aux différents procédés journalistiques tels que la mise en scène, la censure démocratique, la standardisation des représentations et la manipulation, pour ne nommer que ceux-ci puisque c'est sur eux que nous nous sommes penchés plus particulièrement.

4.2.1.1 Quelques ingrédients d'une bonne mise en scène des Sommets

Le pouvoir politique et idéologique utilise aussi certaines techniques employées par les journalistes afin de construire des images et des représentations convaincantes. Lorsqu'on parle de moyens de construction et de production du sens, pour diffuser des idées auprès d'un public déterminé, on fait toujours référence à de la *propagande* ou de la *censure démocratique*. Mais le terme propagande se rapporte à la notion de produire des discours où le concept de

vérité fausse est appliquée, c'est-à-dire que l'on a modifié les faits ou les propos pour rendre un message plus attrayant ou attirer la faveur du public. À ce sujet, Philippe Breton définit cinq règles de la propagande : la simplification, le grossissement, l'orchestration, la mythification, puis la transfusion et contagion.¹⁰⁸ Suite à l'analyse de contenu des articles de journaux des quatre quotidiens, il est possible de considérer ces règles comme la représentation de la mise en scène médiatique illustrant une réalité déformée et qui correspond aux attentes des entreprises de presse comme des gouvernements.

Notre analyse a démontré que les articles étudiés, provenant de la presse américaine et canadienne, ne proposaient pas le même genre de personnification, particulièrement pour les ennemis. D'abord, en 1994, le *Miami Herald* et le *New York Times* présentent les manifestants pro-Aristide et pro-Castro comme une réelle menace pour les conférences et l'avènement de la ZLÉA, alors que le *Soleil* et le *Globe & Mail* présentent plutôt les demandes du gouvernement américain comme une menace à l'équilibre économique continental et prennent bien le temps de présenter les intérêts des groupes s'opposant à la tenue du Sommet. Tout tourne autour de cette dynamique différente qui sous-entend un ennemi à neutraliser, et les violences comme les manifestations pacifiques font partie des actes répréhensibles pour la presse américaine, tandis que la presse canadienne préfère encourager ces groupes à faire connaître leur voix.

Par extension, il est possible de comprendre deux choses de cette première règle de simplification. Il semble plus facile de faire passer un message en ne retenant que quelques éléments de l'ensemble et de les répéter plusieurs fois : la multiplication des groupes anti-mondialisation et plus récemment l'apparition des groupes altermondialistes dans les années'90, accompagnés de nouvelles et plus importantes manifestations de violence, tendent à être regroupés sous une seule appellation les « opposants » des États-Unis. Tel un obstacle à l'ouverture des frontières économiques du Sud, ces adversaires de la libéralisation sauvage des marchés tentent de protéger le fragile équilibre économique et social, qui règne entre le Sud et le Nord.

Il est également possible de constater que le grossissement des faits, l'omission et l'orchestration se font par la répétition de certains détails de l'ensemble du dossier. Cette méthode est visible dans le fait que les rencontres des chefs d'États et les négociations de la

¹⁰⁸ Breton, P. 1997. *La Parole manipulée*, Montréal : Boréal, p.79.

ZLÉA se tiennent à huis clos et, qu'ensuite, ils justifient leur action par le besoin d'agir unilatéralement, pour le bien du peuple des 34 nations impliquées. De même, aborde-t-on le peu de transparence de la part des pays participant aux pourparlers, la mise en place d'un périmètre de sécurité et de mesures de sécurité exceptionnelles, lors du Sommet des Amériques à Québec, en 2001. L'absence de Cuba aux discussions, reste une énigme pour le lecteur étant donné qu'aucun journaliste n'a pu s'entretenir avec le « leader maxima » pour recueillir ses commentaires au sujet de l'isolation dont il est victime et des réels conséquences de l'embargo, en opposition à l'ouverture proposée par la future ZLÉA.

L'utilisation de la technique de transfusion et contagion est peut-être difficile à percevoir, mais il apparaît évident à la lecture de certaines phrases de style narratif et d'autres plus interrogatives formulées par les éditorialistes et qui se présentent comme une manière de susciter l'adhésion, en s'adaptant à toutes les opinions possibles. Elles permettent en effet de nommer les objections possibles et ainsi, présenter au public « moins convaincu » l'illusion que tous les éléments sont pris en compte, pesés et sous-pesés afin qu'il soit possible de les décortiquer et que les détails ne gênent plus leur adhésion à cette opinion. D'autant plus que ces mêmes phrases stylisées, qui soulèvent les interrogations et sont souvent suivies d'interprétations et d'explications des événements, pour faire taire toute objection.

4.2.1.2 Quand répétition rime avec épuration de l'information

La limite entre la propagande et la censure démocratique est très mince, c'est pourquoi le terme est souvent mal employé, lorsqu'il est question de communication politique et que la distinction est difficile à faire lorsqu'on lit la presse écrite américaine. Tel qu'il est mentionné au chapitre deux, la censure démocratique dans l'espace public se caractérise par la suppression, l'interdiction, la prohibition, la coupure et la rétention de l'information fondée sur l'accumulation, la saturation et la surabondance d'information dans le but de le distraire de l'essentiel¹⁰⁹. On espère ainsi que l'attention du lecteur sera dirigée vers l'objet désiré ou la représentation choisie de l'événement et non les autres événements d'actualité dont l'auteur a choisi de ne pas traiter.

¹⁰⁹ Ramonet, I. 1999. *op.cit.*, p.33-40.

Dans les articles analysés pour l'année 1994, nous remarquons que le fait d'occulter certains faits et d'en répéter d'autres (le fait de répéter plusieurs fois que ces rencontres sont uniquement ouvertes aux dirigeants de pays démocratiques, en omettant de mentionner sur quoi ce critère est fondé et que les États-Unis n'hésitent pas à s'immiscer dans la politique intérieure des pays d'Amérique latine. En regard à cette information, il n'est nul mentionné que les États-Unis ont supporté les coups d'États militaires au Chili, en Argentine, au Nicaragua et l'intervention militaire en Haïti.¹¹⁰ Une tendance qui se rapproche étrangement à de la surinformation et qui bien souvent entraîne de la désinformation, qui se définit par la présence d'une information incomplète et donc, utilisée volontairement pour masquer certains faits. Dans ce cas, l'utilisation de la surinformation illustre très bien l'incapacité des États-Unis d'admettre leur implication dans certains conflits politiques et de dire ouvertement leur intérêt qui se cache derrière le désir de concrétiser ce marché continental américain, pouvant atteindre près 850 000 000 nouveaux consommateurs.

Nulle part dans les articles, il n'est fait mention du refus des États-Unis de permettre la résolution de la crise qui l'oppose à Cuba, du fait qu'ils bloquent tout échange économique ou opportunité de discussion, même si presque tous les chefs d'Etat d'Amérique latine estiment ouvertement que la politique d'isolement des États-Unis contre Cuba n'a plus, aujourd'hui, de raison d'être. Au contraire, ils se présentent comme étant préparés à appuyer cette diplomatie et même à la renforcer avec l'arrivée au pouvoir de George W. Bush, peu de temps avant le Sommet des Amériques de Québec. Ainsi, entre 1994 et 2001, les politiques américaines ont très peu évolué à l'égard du Sud, malgré la tenue du 2^e Sommet à Santiago, au Chili. Ce qui a fait du peuple cubain des laissés pour-compte de l'Amérique à l'ère de l'intégration continentale et de la mondialisation.

D'autres exemples peuvent être cités, notamment les informations concernant les violations de droits civiques dans certains états américains et l'application de la peine de mort dans les prisons américaines ainsi que la répression policière à l'égard des minorités ethniques fait rage dans les états du Sud.

¹¹⁰ Zecchini, L. 1994. « La fin du sommet de Miami Les Amériques : un marché de 850 millions de consommateurs », *Le Monde*, 13 décembre, p. 23.

L'accent est mis sur certains faits abondamment abordés dans les articles, principalement dans les éditoriaux et donc, qui cachent les autres faits moins « pertinents » à la poursuite d'un but « x ». Ainsi comme le dit Philippe Breton, la désinformation et la propagande ont pour mandat de rendre le point de vue acceptable car il ne serait pas autrement.¹¹¹ Ce qui ramène au premier mécanisme des stratégies de légitimation, soit de permettre d'établir une correspondance entre les demandes adressées et la compréhension de l'individu qui les reçoit et les trouve bonnes, valables et légitimes.

4.2.1.3 Manipulation par l'appel aux sentiments

Nous ajoutons aux démonstrations de propagande et de censure démocratique due à la surinformation et à la désinformation, la manipulation par les médias américains. Cette autre technique de construction d'image est amplement utilisée pour présenter un réel qui a l'air réel, tout en empêchant le décryptage immédiat. Il est notamment possible d'interpréter une chose de la grille de lecture, soit que les journalistes font usage très abondant des différentes facettes de la manipulation, qui se situent surtout au niveau de l'affect. Le niveau le plus cognitif, que Breton appelle la forme et le fond.¹¹² Une zone émotive où prennent forme les opinions individuelles le jugement personnel quant à un événement spectaculaire ou une situation inattendue.

Ainsi, quand on tient compte du niveau de langage et de la forme, on fait référence à la manipulation affective qui prend racine dans la séduction par le style et l'esthétique du message. L'analyse de contenu a démontré que les phrases bien construites et de style soutenu entrent dans la catégorie, parce qu'elles n'amènent pas vraiment d'arguments ni d'explications. Mais la construction de ces phrases se base plutôt sur des figures de style telles que David contre Goliath, qui sont visibles dans la relation entre les groupes altermondialistes opprimés par le gouvernement et les services de police, lors du Sommet de Québec. Il s'agit aussi de marteler une idée où il n'y a pas vraiment d'analyse sérieuse qui est faite, comme dans l'exemple où le journaliste du *New York Times* écrit que « ayant perdu mon masque à gaz pour aller à Québec, j'ai décidé d'écrire à propos de l'Afrique et de la globalisation, ils sont si bons les Africains pour

¹¹¹ Breton, P. 1997. *op.cit.*, p.81.

¹¹² *Ibid.*, p.88.

expliquer les effets de la mondialisation économique »¹¹³. C'est un autre exemple de la moquerie qu'utilisent les Américains afin de décrire les autres acteurs de la mondialisation, qui n'ont pas de traditions démocratiques dans leurs pays d'origine et peu de connaissances politiques.

Justement, les répétitions sont légions dans l'étude de ces articles : que ce soit à propos des crimes de Fidel Castro (38), des bienfaits possibles de la mondialisation et du libre-échange sur les économies du Sud (25), des prévisions de croissance du commerce intérieur des pays latins (21), elles semblent toutes bonnes pour la presse américaine. Ainsi, le moindre accroc du processus d'intégration continental est débouté, voire évacué du discours. Même la question de la juxtaposition des différents accords et pactes de type économiques et commerciaux, ayant vu le jour ces dernières années, est envisagée de manière viable par les journalistes, qui sont souvent de véritables partisans de cet ultime accord visant à libéraliser davantage les échanges et favoriser l'intégration au sein du continent. Le sentiment généré au début est de plus en plus présent en raison de la simple accentuation due à la répétition de certaines idées.

Du point de vue de l'arrangement des faits et du fond du message, les techniques de manipulation semblent également perceptibles. Le cadrage menteur (que d'autres appellent désinformation) apparaît comme présent dans l'ensemble des articles publiés par le *Miami Herald*, lors du premier Sommet des Amériques. À la lecture des 29 nouvelles on peut d'ailleurs constater la présence de différentes idées quelques peu exagérées et présentées comme des faits réels. On y retrouve une nouvelle qui fait l'éloge d'un groupe de cadets rencontrés par le Président, une seconde qui explique la nature historique d'une parade officielle dans le centre-ville Miami, ainsi qu'une autre qui relate la joyeuse histoire d'un commis de l'aéroport qui réalise son rêve de serrer la main du Président.

L'usage du recadrage abusif est une autre forme de manipulation cognitive plus subtile et moins perceptible pour les lecteurs, puisque les journalistes emploieront des mots piégés et de représentations culturelles communes, qui véhiculent une certaine désinformation et dont le contenu peut parfois être tendancieux.¹¹⁴ Si on se réfère au vocabulaire parlant des chefs d'États des 34 pays partenaires qui sont présentés dans les

¹¹³ Friedman, T.L. 2001 « Protesting for Whom ? », *New York Times*, 24 avril, p. A19

¹¹⁴ Breton, P. et Proulx, S. 2003. *op.cit.*, p.83.

articles pour étudier l'application de cette règle. On constate rapidement que la remise en cause de leur intégrité, par quelques allusions ou commentaires défavorables (rôle secondaire, position d'infériorité par rapport aux Canada, aux États-Unis et au Mexique) pour ensuite affirmer que les Américains d'origine haïtienne appuient Jean-Bertrand Aristide est un exemple flagrant. Un autre exemple de recadrage renvoie au passage où les diplomates Argentins ont été refoulés par la CIA à l'entrée d'un concert spécial (voir Tableau 4.2).

Le cadrage contraignant, quant à lui, peut être illustré par l'accent mis sur la perte de crédibilité possible des dirigeants étrangers qui sont contre la mise en place de la ZLÉA. Le dernier exemple de manipulation sur le fond du contenu, l'amalgame, peut être affectif ou cognitif. Le cas de Fidel Castro est encore une fois intéressant à observer, surtout lorsqu'on compare les représentations américaines et canadiennes opposées, qui d'un côté présente un tyran et un monstre de terreur et de l'autre, un dirigeant charismatique vénéré et respecté pour ses idées et sa capacité à résister aux États-Unis. Il est aussi intéressant de voir comment les Américains présentent, de manière peu subtile, le parallèle entre la Russie, ancienne puissance communiste « anti-américaine », nouvellement pro-occidentale et Cuba qui combat ouvertement l'américanisation de l'Île.

4.2.1.4 L'hyper-émotion et le sensationnalisme : entre procédés journalistiques et stratégies symboliques

Ce qui compte aujourd'hui en information, c'est l'émotion et donc, le sensationnalisme. On observe que cette tendance est abondamment utilisée, peut-être au détriment de la vérité, ce qui entraîne une surinformation. Il semble alors difficile de savoir avec précision où se situent cette hyper-émotion et le sensationnalisme qu'elle génère. Car pour recréer cette surabondance de sentiments, les techniques de manipulation sont de mise, que ce soit le lien avec l'affectif ou encore, celles où les mots pièges sont utilisés. C'est à ce stade de la recherche qu'il nous apparaît important de considérer comme un ensemble de stratégies, les procédés journalistiques utilisés pour construire une représentation de la réalité observée. Ces mêmes techniques de manipulation alliées à l'utilisation de représentation publique populaire, permettent de générer une hyper-émotion.

Comme Ignacio Ramonet aime le rappeler, aux États-Unis, il faut ajouter à toutes ces techniques l'influence du moralisme et du puritanisme qui n'épargne pas les milieux journalistiques.

Car bien que les journalistes de la jeune génération soient bien éduqués, cultivés et idéalistes, pour la plupart ils sont déracinés de l'expérience humaine tout entière et tournés vers la carrière, l'ambition et la famille. Ils ne fument pas, ne boivent pas, ne commettent pas de péchés. Ils rentrent à la maison le soir. Alors que, les journalistes de la génération précédente traînaient dans les bars et avaient une vue plus libertine que les journalistes professionnels actuels, qui cultivent le respect de l'État et sont sincèrement choqués par le comportement du président Clinton.¹¹⁵

En définitive, il est possible de croire que ces jeunes journalistes défendent les principes du rêve américain et s'efforcent d'appuyer les initiatives économiques mises de l'avant par ce même gouvernement. Et c'est justement parce qu'ils suivent la ligne éditoriale dictée par la direction de l'entreprise de presse ou encore, la Maison Blanche qu'ils sont plus enclins à trafiquer, un peu la vérité, pour s'assurer du triomphe de l'idéologie libérale américaine, de la démocratie et du libre-échange à la grandeur du globe.

Ce qu'il nous semble aussi possible d'inclure dans cette catégorie de l'hyper-émotion est la pratique des éditoriaux « prête-nom » offrant une certaine objectivité, permettant un meilleur contact avec le public et par le fait même leur adhésion aux idées véhiculées. Deux exemples semblent significatifs. D'abord, l'absence de signature des éditoriaux du *Globe & Mail* pour laisser place à un éditorial de groupe, c'est-à-dire rédigé par une équipe éditoriale et dans le respect de la ligne de pensée de l'entreprise de presse. C'est à ce stade qu'il nous apparaît important de considérer comme un ensemble les stratégies symboliques et les procédés journalistiques puisqu'ils sont des outils de stratégies médiatiques. Ces mêmes techniques de manipulation, alliées à l'utilisation de figures mythologiques entre autres, aident à créer l'hyper-émotion chez le lecteur.

La conspiration contre le projet de ZLÉA, avec à sa tête Cuba ou des groupes anti-mondialisation, est l'une des premières images présentées par la presse américaine depuis le Sommet de Miami. Le *New York Times* présente même les liens du Canada et du Québec avec le dirigeant cubain comme de possibles entraves aux négociations et un affront à l'embargo. On voit également d'un mauvais œil les nombreux liens économiques que le Canada a tissés au fil des ans avec les pays du Sud (18 avril 2001). Dans la presse canadienne, ces liens croissants avec les économies du Sud ainsi que la continuité des

¹¹⁵ Ramonet, I. 1999 *op.cit.*, p.37

échanges avec Cuba semblent rassurants, c'est plutôt le géant américain qui inquiète les journalistes, en raison de ses tendances protectionnistes et isolationnistes, jugées néfastes et dépassées. De plus, il est reconnu que le « combat entre le bien et le mal », personnifié ici par la lutte des États-Unis face à ladite menace cubaine, est génératrice de sensationnalisme.

Cependant, le sensationnalisme transparaît différemment dans les quatre entreprises de presse qui appartiennent à des espaces publics distincts. Résultat : les crimes et le machiavélisme ne sont pas envisagés sous la même lumière et pour la presse canadienne locale ou nationale, Castro est la victime des États-Unis et Cuba est représenté comme le dernier bastion de socialisme, ce qui lui vaut généralement d'obtenir une bonne presse. Est-il mentionné quelque part dans la presse américaine que la souffrance du peuple cubain serait due aux sanctions économiques étasuniennes, à la sévérité et à l'acharnement sans précédent de punir Cuba pour son adhésion à une idéologie que libérale et capitaliste? Cette nécessité est évacuée car d'autres besoins se font ressentir puisque les émotions désirées ont déjà été obtenues par la presse américaine en produisant de fausses représentations des conditions de vie de l'Île, en empêchant les vols vers la Havane et bien plus encore.

4.2.2 « Mise en scène » de la dynamique gouvernements / groupes de manifestants

L'analyse de la construction du sens des Sommets des Amériques de Miami et de Québec a apporté de belles leçons quant à la façon de présenter les choses pour faire accepter une idéologie, à la base quelque peu obscure. Une « recette » a été mise au point pour y arriver : ainsi, l'inondation (informer massivement), le tarissement (cacher des événements marquants ou gênants), le leurre (faire du faux le masque du réel), l'omission (réduire au minimum l'information relative à l'événement présenté), la hiérarchisation de l'information (qui privilégie le côté dramatique) avec un soupçon de vérité, nécessaire à une bonne « recette ». Ajoutez à cela l'usage de représentation publique courante, les firmes de relations publiques et les conseillers en communication qui travaillent à la transmission des intérêts des divers groupes présents et des enjeux des Sommets. « Ce comportement témoigne de la tendance actuelle à « scénariser » la réalité, à mettre en scène l'information, et à la contraindre de se plier au scénario que les journalistes ont en tête »¹¹⁶.

¹¹⁶ *Ibid.*, p.91-92.

Les Sommets des Amériques n'ont pas été construits différemment. Il semble que sur tous les points de vue, il y a eu « arrangement ». Ainsi, sommes-nous en accord avec les propos de Pierre Champagne qui compare la préparation du Sommet des Amériques de Québec avec celle qu'il a pu observer aux Venezuela, en Octobre 1997, alors qu'on se préparait à un Sommet des chefs d'État d'Amérique du Sud. Il décrit une sorte de scénarisation de l'actualité.

Au lieu de construire une clôture, le gouvernement du Venezuela avait fait agrandir l'aérogare et toutes les rues menant de l'aéroport au centre-ville avaient été élargies, repavées et redécorées. Lorsque j'y suis allé, quelques jours avant l'ouverture de ce Sommet des Amériques, aussi important en nombre que celui de Québec, on en était à planter des milliers de fleurs et des centaines d'arbres de chaque côté des avenues fraîchement pavées et à "peinturer" les lignes blanches. (...) Une clôture provocante qui provoquera les manifestants évidemment. D'après vous, n'aurait-il pas été mieux d'agrandir l'aérogare, de repaver les rues et de planter des fleurs pour recevoir la visite?¹¹⁷

Selon le journaliste, le gouvernement aurait tenté de mettre en scène l'idée que les manifestants devraient être contenus et qu'ils voleraient la vedette dans la couverture médiatique aux événements politiques de la rencontre, avant même que le Sommet ne débute. La nécessité d'organiser la sécurité, de mobiliser un nombre important de policiers et la construction d'une clôture géante, ont été particulièrement mises de l'avant. Les deux aspects, les groupes de manifestants et la clôture avaient pour but de susciter le sentiment de menace terrifiante chez les habitants. Toutes les sources d'information ou presque, concernant le nombre de manifestants attendus et leurs actions venaient de sources officielles du gouvernement. Plus souvent qu'autrement, ce qui est rapporté semble vrai, plausible, accentué par l'emploi de mots jamais trop précis, et par le fait même, il est difficile de penser à contester les prévisions événementielles rapportées. Si nous creusons un peu, il est possible de voir les libertés prises par la presse américaine quant aux interprétations proposées. Les groupes de manifestants : altermondialistes, féministes, anti-mondialisation, écologistes ou autres, sont toujours présentés comme les pires groupes terroristes, qui ne coopèrent absolument pas avec les services de l'ordre ou les gouvernements et qui sont fermés à toutes formes de dialogue. Des gauchistes et des communistes comme Castro et qui doivent être contrôlés.

¹¹⁷ Champagne, P. 2004. « Le Sommet », *Le Soleil*, mercredi 4 avril, p.A4.

Les premiers signes de manifestations ayant commencé dans la nuit du 8 décembre 1994, à Miami, soit deux jours avant l'ouverture officielle du Sommet, les autorités s'attendaient au pire de la part des supporters de Jean-Bertrand Aristide¹¹⁸ et de Fidel Castro et justifiaient les mesures de sécurité supplémentaires prises par la ville afin de garantir une rencontre sans problèmes. Ainsi, on constate que les problèmes de désordre sont vite contournés pour laisser place à la contestation pacifique et au discours politiques de chefs d'État en opposition avec les idées proposées par le Président Clinton. On note que la Guyane, l'Argentine, le Guatemala, le Venezuela ainsi que l'Haïti obtiennent un support non négligeable de la part des manifestants, qui comprennent et approuvent leurs hésitations à se joindre à un futur accord de libre-échange des Amériques. Ils craignent les ingérences et le chaos économique qui pourraient survenir à la suite de l'introduction de produits américains dans les marchés intérieurs du Sud et l'arrivée d'entreprises américaines multinationales au sein de leur économie fragile et en plein développement. Il devient donc facile pour eux, d'imaginer les conséquences d'un éventuel désaccord avec le géant américain. Toute manifestation contre une plus grande ouverture au libre-échange est ainsi perçue comme un refus de coopérer ou de se soumettre au plus fort et peut justifier une réaction musclée pour enrayer la dissidence.

Au Sommet de Québec, les actes de désobéissance civile ayant commencé dès le premier jour de la rencontre (20 avril 2001), les forces de l'ordre et le gouvernement pouvaient ainsi justifier la mise en place de toutes ces mesures de sécurité spéciales et même des contrôles d'identité à la frontière canado-américaine pour ne laisser entrer aucun individu suspect ou susceptible de venir perturber les activités de la rencontre des chefs d'État. La présence de manifestants inquiète et plusieurs dirigeants politiques d'Amérique latine, habitués aux démonstrations citoyennes, se questionnent sur la nécessité de faire autant d'efforts pour garder le peuple à l'écart des discussions.

Étant donné l'ampleur des protestations et la multiplication du nombre de groupes d'intérêts appuyant la cause de l'altermondialisation ou de l'Anti-mondialisation, certains journalistes vont jusqu'à questionner la légitimité des protestataires, de manifester et de vouloir faire

¹¹⁸ Hancock, D. 1994. « Trash Attack in Little Haiti is clean Sweep for Aristide », *Miami Herald*, 10 décembre, p.A25.

entendre leur voix. Anthony Westell du *Globe & Mail* affirme même « qu'en dehors de murs où sont réunis les élus, leurs actions n'ont aucune base légitime autre que la rage et l'opposition. Et que toute cette mise en scène est absurde et inutile. »¹¹⁹ Que penser alors d'un sommet parallèle, le Sommet des peuples qui se positionne comme une autre alternative à la mondialisation telle qu'envisagée par les chefs d'État des démocraties ?

L'exemple des manifestations d'opposition à la ZLÉA indique la présence d'un certain cynisme au sein de la faune journalistique nord-américaine, qui écrit qu'il est nécessaire de maintenir la démocratie avec des dirigeants qui ne se laissent pas affaiblir par les demandes du peuple et qui promettent plus qu'ils ne peuvent rendre. Une forme de démocratie qui n'a de participatif que le moment où les électeurs se doivent d'aller aux urnes pour élire un nouveau dirigeant qui exécutera son mandat, en se gardant bien de faire valider ses actions et ses décisions par le peuple. Ainsi, il est possible de croire que toute opposition au projet en cours soit écrasée par le gouvernement, même si les groupes de manifestants ont plusieurs options à offrir afin de pouvoir atténuer ou minimiser les effets négatifs de la mondialisation.

Dans un article publié dans *Le Monde Diplomatique*, Michel Brodeur et Pierre Henrichon affirment que c'est la première fois que, sur une aussi grande échelle, organisations syndicales, Églises, organisations non gouvernementales (ONG), organismes populaires, groupes écologistes et parlementaires font front commun pour dénoncer le manque de transparence des négociations.¹²⁰ Impossible donc, à notre avis, de passer sous silence ces nouvelles manifestations symboliques contre le libéralisme et le libre-échange, l'idéologie dominante du monde contemporain et moteur du XX^e siècle.

Ce début d'interprétation des résultats d'analyse de la couverture de presse effectuée par les quatre quotidiens lors des Sommets des Amériques, de 1994 et 2001, doit permettre de comprendre l'utilisation de représentations, dont la mise en scène est faite pour légitimer l'action des gouvernements américains et canadiens, qui veulent freiner les protestations et limiter les entraves à la création du projet de ZLÉA. En effet, les mêmes éléments, de simplification, de grossissement,

¹¹⁹ Westell, A. 2001. « Who elected the Summit protesters? », *Globe & Mail*, 16 mars 2001.

¹²⁰ Brodeur, M. et Henrichon, P. 2001. « Un Sommet déjà discrédité », *Le Monde Diplomatique* sur Internet, Avril 2001, p.8.

d'orchestration, d'hyper-émotion et de surinformation, etc. qui peuvent entraîner la désinformation se retrouvent dans l'étude des événements ayant eu lieu lors des Sommets. De plus, les différentes représentations retrouvées dans les articles américains et canadiens accentuent l'idée de mise en scène visant une certaine perception des événements à travers un filtre, donnant la réalité ainsi construite l'apparence d'objectivité journalistique. Pourtant, il doit être compris que ce filtre de la réalité est en fait une construction du sens du message à l'aide d'images couramment utilisées, afin d'entraîner, c'est du moins ce que nous croyons, l'adhésion des masses aux propos ainsi présentés et tenus par des journalistes respectés qui en ont fait la mise en scène.

4.2.3 Standardisation des représentations : la position américaine

À la lecture des articles étudiés, force est de constater que la construction du sens du message tend vers un appel au patriotisme. Les multiples références au libre-échange, à l'ouverture des frontières territoriales, à l'acceptation de la mondialisation, au fait de se réserver le droit de passer seuls (les dirigeants démocratiques) à l'action et au fait qu'il faut faire front commun devant certaines demandes de la part des contestataires quant aux raisons de mettre en place la ZLÉA, aident à susciter ce sentiment. Tous ces éléments conduisent à un début de réponse expliquant pourquoi les médias tentent de construire le sens du message qu'ils véhiculent à une population. Dans ce cas-ci, il s'agit des citoyens des États-Unis. Ainsi, la protection et la propagation de l'idéologie néolibérale américaine deviennent des données à considérer avec attention.

Cette hégémonie de l'idéologie libérale américaine se présente d'abord comme l'élaboration du mythe du sauveur et de la « grandeur américaine », à travers l'élaboration de ce projet de construction d'un pacte de libre-échange économique de l'Alaska à la Terre de feu, qui ferait progresser les économies du Sud pour atteindre le niveau des États du Nord. Pour ce faire, le gouvernement américain de Bill Clinton et plus tard, de George W. Bush, s'appuient sur la figure mythique baptisée (pour les besoins de la cause) la « grandeur américaine », qui est en fait l'exploitation de vieux thèmes archétypiques quasi mythologiques de la liberté, de la démocratie et

de la justice pour tous, bref, de l'Amérique forte qui apportera la richesse au monde entier, en exportant son modèle économique¹²¹. La mission des États-Unis est tracée dans cette figure mythologique et le thème de la grandeur de l'Amérique, tout comme l'importance accordée à la démocratie et au respect des lois internationales qui sont récurrents dans les discours présidentiels rapportés par les journalistes. Pour Clinton et Bush, la donnée indispensable pour faire la ZLÉA n'est nulle autre que les États-Unis.

Ensuite, il est considéré que ce thème s'inscrit dans une logique où une stratégie est planifiée pour l'Amérique latine, particulièrement en ce qui concerne le Chili, l'Argentine, la Colombie et le Mexique, partenaire de l'ALÉNA depuis 1994. Cette hégémonie est aussi perceptible dans l'attitude générale des États-Unis face aux événements de la scène internationale. En tant que gendarmes du monde, ils se réservent la possibilité et le droit d'intervenir unilatéralement selon leurs intérêts propres, ce qui peut englober de nombreuses choses. La tendance est, comme l'explique Ramonet, d'exercer son hégémonie de manière autoritaire afin de modeler un « nouvel ordre mondial » à leur image et à leur volonté d'exercer encore une fois un leadership mondial, en intervenant dans les crises pour servir leurs intérêts propres.¹²²

En temps de crise, les journalistes utilisent donc des mythifications et des représentations afin d'affronter la pression des faits confus, chaotiques et difficiles à comprendre et celle des attentes d'un public fidèle. Pour rassurer le public angoissé par l'instabilité créée par la crise, ils parlent moins de faits et des significations et établissent des systèmes de valeurs et de représentations pour la culture américaine, pour rétablir l'équilibre symbolique de la réalité menacée par la crise. Si l'on se fit à Claude Jean Bertrand, l'impérialisme culturel américain serait bien réel, lié de très près avec la mondialisation et teinté par un « protectionnisme médiatique exacerbé autant que par un isolationnisme culturel saillant »¹²³, lorsqu'il est question d'exportation de produits étrangers aux États-Unis. Une vision qui se reflète dans la couverture médiatique puisque à l'échelon national, « le contrôle des journaux s'est concentré entre les mains d'un nombre relativement réduit de propriétaires, la

¹²¹ Bertrand, C. J. 2000. « Les modèles étasuniens à craindre? », In *Variations sur l'influence culturelle américaine*, Ste-Foy : Presses de l'Université Laval, p.100.

¹²² Raamonet, I. 1998. « Leçons d'une non-guerre », *Le Monde Diplomatique* sur Internet, Mars 1998.

¹²³ Bertrand, C. J. 2000. *op.cit.*, p.184.

propriété a pris forme de chaînes de journaux, le journalisme a fini par refléter les intérêts partisans des propriétaires et des annonceurs, plutôt que les intérêts variés qui existent au sein des communautés. »¹²⁴

L'étude de cas de ce mémoire est donc un très bon exemple de cette hégémonie américaine. Une tendance qui est facilement détectable à la lecture des articles de la presse américaine et qui se transforme en désir de leadership mondial, appuyé par le mythe de la grandeur américaine pour expliquer en partie les raisons de cette reconstruction du sens pour susciter l'adhésion de la population à la ZLÉA, un projet d'envergure internationale. La mission des journalistes professionnels du *Miami Herald* et du *New York Times* consisterait donc à faire accepter les médias capitalistes financés par la publicité, comme une source d'information crédible et objective. Leur but serait de faire entériner un projet qui bénéficierait aux États-Unis bien plus qu'aux autres pays latino-américains impliqués. Pour y arriver, les journalistes utilisent des expressions comme « les Amériques » et « les États démocratiques » afin de légitimer les décisions et les projets qu'ils veulent mettre en place au Sud. Dans les faits, les États-Unis tentent seulement d'assurer la croissance du bloc économique continental, comme cela a été le cas pour le Canada et le Mexique. De plus, le refus de prendre en compte les demandes des groupes opposants à la ZLÉA transparaît dans leurs attitudes critiques face aux propositions altermondialistes présentées lors du Sommet de Québec et jugées dérisoires parce que non conformes avec les principes économiques capitalistes.

Toutes ces données, même si elles ne sont pas exhaustives et très poussées, permettent tout de même de voir sous un jour différent les articles étudiés comme une construction du sens, mais surtout l'attitude envers les groupes altermondialistes. Elles permettent aussi de comprendre pourquoi des efforts particuliers sont dévolus pour susciter le sentiment de patriotisme, la clé de voûte de toute action ou décision américaine réussie. Ainsi, ce qui peut être qualifié d'« acharnement » américain envers Fidel Castro et les manifestants anti-ZLÉA s'explique aisément grâce à l'observation des réactions face à certaine perte de crédibilité des États-Unis et à la faillite de leur modèle isolationniste de politique internationale. Il faut donc envisager d'autres alternatives et s'attaquer aux

¹²⁴ Chomasky, N. et McChesney, R.W. 2000. Propagande, médias et démocratie, Montréal : Éditions Écosociété, p.96.

principales faiblesses du continent pour faire découvrir aux citoyens que la ZLEA n'est pas inéluctable et que des solutions de rechange existent.¹²⁵ Parce que l'enjeu d'isoler les nations contrevenantes aux principes de démocratie mis de l'avant par les États-Unis ne tient plus et qu'il faut rebâtir cette crédibilité et ce prestige, qui sont en chutes libres dans l'opinion publique

4.2.4 Publicisation des idéologies : la position canadienne

Il a été grandement question des protestations qui ont eu lieu à Seattle, en 1999 et particulièrement en ce qui concerne la façon dont les autorités et les médias ont traité cette situation. Les médias ayant amplifié l'ampleur du phénomène et le caractère violent du mouvement anti-mondialisation, les contestations de Québec ont souligné la présence d'une importante opposition au projet de Zone de libre-échange des Amériques (ZLÉA), l'achoppement de la dernière ronde des négociations et défini un nouveau chapitre de l'histoire politique des Amériques. Les organisateurs du Sommet, tout comme les dirigeants politiques présents à Québec, ont été très impressionnés par le succès remporté par ces groupes d'opposition dans l'opinion publique, soulignant la nécessité de concevoir des plans de sécurité plus imposants pour contrer la violence du mouvement anti-mondialisation. Dans la foulée des frasques du Sommet des Amériques de Québec, en 2001, les médias ont rapidement commencé à étaler des images de violences et à représenter la brutalité des affrontements entre policiers et manifestants, que l'on retrouvait dans tous les imposants rassemblements publics, et à banaliser ces images sans réellement se questionner sur l'arrivée de cette nouvelle vague d'opposition au néolibéralisme...

La logique de l'événement a pris tellement de place dans l'actualité avec la multiplication des Sommets, que la presse n'est pas arrivée à se faire une idée de l'ampleur du mouvement ni de ses fondements. Comprendre l'anti-mondialisation et l'altermondialisation est ainsi devenu une spécialité reprise par des critiques politiques, qui se sont recyclés dans l'étude des mouvements socio-politiques, poussés par la mondialisation.

Ce qu'il est maintenant convenu d'appeler « manifestation anti-mondialisation » est directement lié aux efforts plus subtils de résistance contre le néolibéralisme qui sont apparus

¹²⁵ Brodeur, M. et Henrichon, P. 2001. *op.cit.*, p.8.

pendant les années '80. Ainsi depuis deux décennies, les médias ont été témoins de l'émergence de nombreux groupes et organisations qui critiquent cette idéologie, comme les mesures et pratiques économiques qu'elle privilégie. On a pu assister à une multiplication des forums d'échange et à l'accroissement du mécontentement des populations des économies émergentes ou en développement. Des entreprises multinationales ont été victimes d'embargos, des sommets des chefs ont été boycottés et de nombreuses campagnes de sensibilisation à l'endroit des mauvaises pratiques d'affaires des multinationales américaines ont été mises sur pied.¹²⁶

Naomi Klein, chroniqueuse politique au *Globe & Mail*, résume très bien l'évolution du mouvement, les enjeux ainsi que ce qui pousse les individus à s'organiser pour lutter contre la mondialisation des entreprises privées. Citée dans un article de Michelle Chihara, en 2002, elle explique que :

Ça a pris du temps, mais on est devenu très bon pour donner un nom au problème. Au cours du laps de temps de trois ans sur lequel je me suis concentrée, nous sommes passés d'une critique à propos d'une pomme pourrie parmi un panier d'entreprise, à une critique de la privatisation, pour ensuite se diriger vers une critique du néolibéralisme alors qu'on essaie d'en imposer le modèle à l'échelle planétaire, pour comprendre que ce n'est qu'une des étapes du capitalisme.¹²⁷

Depuis, plusieurs groupes et associations se sont alliés lors de manifestations afin de signifier leur opposition à divers enjeux reliés aux politiques internationales et aux règles économiques en vigueur, tout comme à leur fonctionnement et leurs conséquences.

Malgré la croyance générale que ce mouvement politique est nouveau et la publication de deux ouvrages de Naomi Klein intitulés *No Logo* et *Fences and Windows*¹²⁸, la lutte mondiale contre le néolibéralisme est loin d'être récente. L'étalage médiatique des protestations de Seattle, de Londres, de Davos ou de Québec, en 2001, n'est qu'une

¹²⁶ Laffey, M. et Weldes, J. 2004., « Anti-globalization protest and the future of Democracy », *Democracy and Globalization*, (sous la direction de Charles Nieman), Kent State University Press, p.65

¹²⁷ Chihara, M. 2002. « Naomi Klein Gets Global », *Alternet*. Online at www.globalpolicy.org/globaliz/define/0925klein.htm [visité le 4 avril 2005].

¹²⁸ Klein, N. 2002. *Fences and Windows: Dispatches from the Front Lines of the Globalization Debate*, London: Flamingo.

continuité des manifestations et émeutes observées lors des rencontres du FMI et de la Banque mondiale au cours des années'80.¹²⁹

Le peu d'attention accordé par les médias, à ce qui se passe ailleurs que dans l'hémisphère Nord, tout comme aux luttes et aux protestations qui s'y sont déroulées, a eu des graves répercussions sur l'image du libéralisme dans le Sud. Résultat : les récentes manifestations à Seattle et Québec apparaissent nouvelles et leurs causes sont mal interprétées par les médias, qui leur attribuent de fausses significations. Si l'on se fie aux données compilées par le World Development Movement, depuis les événements de Seattle, en 1999, il y a eu plus de 120 manifestations différentes dans 22 pays pauvres dirigées contre le FMI et la Banque mondiale¹³⁰. Contrairement aux représentations médiatiques de ses protestations, ce qui est nouveau dans le développement de ces mouvements politiques est l'ampleur qu'ils ont pris, leur caractère international ainsi que l'abondance des réseaux issus des communautés créées sur Internet. De plus, il ne faudrait pas oublier le rapport exceptionnel qu'ils entretiennent avec tous les médias et des moyens sophistiqués qu'ils utilisent pour se faire connaître ou remarquer.

Ce qu'il faut considérer dans l'étude du mouvement anti-mondialisation et de sa lutte contre le néolibéralisme et la multiplication des institutions internationales n'est ni la mondialisation ni la démocratie - pas plus que leur absence - mais bien ce que nous souhaitons en faire... Il existe aujourd'hui plusieurs conceptions différentes exprimant ce que la mondialisation peut et devrait être, tout comme si son avènement est inévitable ou non, et qui devrait en bénéficier ? On cherche également à savoir ce que la démocratie signifie vraiment, et ce qui anime ces mouvements et alimente leurs critiques ? Une chose est sûre, le phénomène gagne de l'ampleur et la faveur de l'opinion publique. Avec ou sans l'accord des médias de masse, en particulier celui de la presse écrite, véritable lieu du contre-pouvoir.

Il faut donc toujours considérer que les articles analysés dans le cadre de cette problématique de mise en scène médiatique proviennent de quatre entreprises de presse

¹²⁹ Walton, J. et Seddon, D. 1994. Free Markets and Food Riots: The Politics of Global Adjustment, Oxford: Blackwell.

¹³⁰ Woodroffe, J. et Ellis-Jones, M. 2001. « States of Unrest: Resistance to IMF Policies in Poor Countries », World Development Movement Report, September 2000 (revised January 2001). Online at www.wdm.org.uk/cambriefs/debt/unrest.htm [visité le 10 Décembre 2004].

différentes. Ainsi, comme il a été mentionné, ces journaux figurent parmi les plus importants quotidiens du continent nord-américain, et que les journaux nationaux (*New York Times* et *Globe & Mail*) font certainement partie des ligues majeures de l'information et que de ce fait, plusieurs personnes les parcourent quotidiennement afin de se faire une opinion éclairée des événements de l'actualité. Nous avons ainsi effectué un bref survol de l'impact possible d'une telle construction du sens du message auprès des lecteurs et des possibles transmissions de valeurs, de représentations et d'opinions dans une direction déterminée d'avance.

4.2.5 Bref retour avant la conclusion

Dans le cadre de cette recherche, nous avons déterminé que le *Miami Herald*, le *New York Times*, *Le Soleil* et le *Globe & Mail* constitueraient l'échantillon par lesquels nous analysons et interprétons la couverture de presse offerte lors des Sommets des Amériques de Miami et de Québec, et ce dans une perspective constructiviste. En effet, cette étude montre comment est fait l'usage des mises en scènes pour expliquer, de manière justifiée et légitime, les représentations utilisées par les journalistes pour présenter les décisions des dirigeants politiques et des organisateurs des Sommets des Amériques. L'enjeu principal de tout pouvoir politique étant de faire accepter ses décisions par son peuple, d'où le recours à des moyens de manipulation et à une certaine construction de la réalité, par le biais de stratégies médiatiques et de procédés journalistiques, pour mettre l'emphasis sur certains événements et faire de l'ombre à d'autres. La construction du sens de l'événement se fait ainsi en fonction du but à atteindre par le pouvoir. La propagande et la manipulation se révélant donc des outils essentiels à la fabrication du consentement des lecteurs.

Il a donc été constaté que cette construction symbolique par la sélection et par conséquent, un certain biais de contenu traitant des acteurs comme les États-Unis, le Canada, le Mexique, le Chili, Cuba ou Haïti, tout comme des enjeux tels que la préparation et l'organisation des Sommets, les relations économiques entre les partenaires de la future ZLÉA, l'hégémonie de la politique américaine et la mondialisation. La même constatation peut aussi être amenée en fin de parcours, concernant l'amplification et la catégorisation illustrées par le biais thématique traitant des sujets tels que la démocratie comme seule option valable face à la mise en place d'un accord de libre-échange continental ou encore la

politique américaine dans le cas de Fidel Castro et l'embargo économique. Quant à l'interprétation et l'évaluation grâce au biais rhétorique avec l'étude de la personnification des ennemis (Cuba et les manifestants contre les États-Unis), du sauveur (États-Unis), des figures mythologiques et de la grandeur américaine, nous sommes en mesure d'en voir des illustrations dans les divers articles étudiés. Au cœur de tout ce processus se situent la légitimation, la justification et la crédibilisation de l'opposition symbolique du « Bien et du Mal » sur laquelle s'appuie le pouvoir.

Cette étude comparative nous a permis de souligner les différences dans la couverture médiatique américaine et canadienne, en plus d'observer à quel point la presse américaine utilise les procédés journalistiques afin d'attirer la faveur de l'opinion publique pour le projet de ZLÉA, issu d'un libéralisme exacerbé et du culte du capitalisme. Ce qui ramène au désir hégémonique des États-Unis, qui, appuyé par la conviction de leur statut particulier de nation, ont décidé de s'investir d'une mission démocratique et capitaliste planétaire. Une situation qui ramène également aux besoins de consentement populaire pour assurer la crédibilité et la légitimité du pouvoir par le biais de l'action. Le choix entre la standardisation des représentations ou la publicisation des enjeux sociaux est l'élément déterminant qui nous permettra de faire une distinction entre l'orientation générale, l'éthique journalistique et l'organisation du travail de la presse écrite américaine et canadienne.

À la lumière de tous les documents, articles, revues de presse et rapports publiés, depuis le Sommet des Amériques, il est possible d'affirmer qu'il existe des différences marquées dans la couverture de presse faite par chaque entreprise de presse. En ce sens, nous croyons que la couverture médiatique de la presse canadienne propose un plus grand nombre d'articles traitant des enjeux culturels et sociaux, liés aux 34 pays membres et aux groupes altermondialistes, tandis que la presse américaine expose principalement dans ses articles les intérêts économiques américains à vouloir prendre part dans la Zone de libre-échange des Amériques (ZLÉA).

De plus, nous pensons que la presse canadienne représente de manière favorable les groupes altermondialistes et leurs actions, qu'elle voit comme des phénomènes légitimes de participation à la vie démocratique, alors que la presse américaine évoque de manière

négative la présence de mouvements de protestation altermondialistes, qu'elle considère comme des entraves à la libéralisation de l'économie mondiale.

La perception des différents épisodes du Sommet des Amériques de 1994 et 2001 a sûrement été influencée par les traditions et les pratiques journalistiques ayant cours dans chaque pays, ainsi que les traditions politiques et législation sur les libertés de presse. En somme, nous postulons que les écarts, dans la manière de traiter de l'action des groupes altermondialistes et de construire les représentations, s'expliquent par une idéologie politique et économique dominante différente, au Canada et aux États-Unis, qui a affecté le contenu des articles des journaux écrits étudiés. En cela, il faut également considérer que chaque État a un régime politique distinct et que les schèmes de relations interétatiques divergents [entre les 34 pays membres présents lors des Sommets], nous laissant supposer qu'un nombre important d'intérêts stratégiques (économiques, politiques et culturels) a influencé le comportement de la presse lors desdites rencontres.

CONCLUSION

Au terme de cette recherche, le moment des bilans est venu. En effet, la question du choix de la problématique ainsi que de certaines questions relatives au statut de chercheur se doivent d'être abordées. Ce mémoire se voulait une analyse comparative de contenu visant la compréhension de la construction du sens du message à travers l'utilisation des représentations publiques, plus particulièrement, de quoi ce message est construit à partir des cas précis de la couverture journalistique du 1^{er} et 3^e Sommet des Amériques, ayant eu lieu à sept ans d'écart.

Intuitivement, nous sommes en mesure de percevoir une forme de mise en scène des événements présentée dans les médias. Cependant, il est difficile de comprendre la manière dont cette mise en scène s'est faite et encore moins comment, dans un contexte de crise de la politique interne américaine, ont été légitimées les actions politiques de la Maison Blanche en faveur de la mondialisation des échanges commerciaux, en lien avec la mise en place de la Zone de libre-échange des Amériques et mettant en présence les 34 pays partenaires, lors des Sommets de Miami, en 1994 et de Québec, en 2001. Le fait d'étudier les processus de publicisation des enjeux sociaux et politiques favorise un certain éveil à ce qui a été reçu comme information et donc, à l'analyse de cette information au lieu de la prendre à la lettre. Quant à cette analyse de contenu comparative, le but est de percevoir les différences de présentation ou de représentation journalistique d'un même événement, pour voir s'il est possible de développer certaines idées préconçues sur la mondialisation, les groupes de manifestants et les politiques économiques américaines...

Partant du principe que la connaissance des enjeux amène l'esprit critique, même si ce n'est que le nôtre, l'exploration de la construction du sens d'un message atteint son but. Ce but était de susciter une réflexion sur la trinité *communication / information / technique* très présente de nos jours dans les médias et le lien de cette trinité avec le pouvoir. Il s'agissait aussi de comprendre l'usage des stratégies médiatiques de la représentation de l'événement politique à portée internationale mis en place dans le but éventuel de façonner le consentement populaire, par la mise en scène de ces événements, le recours aux pratiques symboliques. On s'attarde plus particulièrement à l'*agenda-setting* et aux procédés journalistiques afin de produire le consentement des lecteurs et l'adhésion au projet de ZLÉA

ou, au contraire, à celui proposé par le mouvement altermondialiste. Il s'agissait donc d'observer le contexte hégémonique des États-Unis sur la scène internationale dans le cadre de sa mission planétaire et de constater un climat propice à la mise en scène de ces rencontres des chefs d'État élus démocratiquement, pour légitimer l'action des groupes anti-mondialisation.

Il est vrai qu'au départ, cette idée d'anthropologie politique de mise en scène de la part des centres de pouvoir et de contre-pouvoir nord-américains, tant politiques que journalistiques, était présente. Cependant, devant l'ampleur de la couverture médiatique que ces rencontres diplomatiques ont provoquée et l'arrivée de nouveaux groupes d'intérêts dans l'espace public, c'est la construction du sens du message par l'usage des représentations qui nous est apparu plus pertinente d'étudier. Ainsi, l'analyse des articles publiés dans la presse écrite au sujet des Sommets des Amériques de Miami et de Québec, nous a permis de faire la lumière sur plusieurs procédés journalistiques et stratégies symboliques, liés aux pratiques d'écriture américaines et canadiennes. De même, elle permet d'observer l'évolution de la pratique journalistique et de la transmission des représentations publiques concernant les acteurs d'un même événement.

Le choix d'auteurs sérieux et reconnus associés au courant de communication politique entre autres, ainsi que certains auteurs du courant de science politique, de même que l'élaboration de stratégies méthodologiques appropriées aux objectifs de recherche donnent l'objectivité scientifique voulue afin de permettre de contrer les présupposés subjectifs de départ. Il ne faut pourtant pas oublier que, dans ce mémoire aussi, les choix posés constituent une construction de sens où, par l'usage de différentes techniques, le lecteur est amené à acquiescer aux idées énoncées...

Quelques conclusions sur les Sommets des Amériques

Brosser un portrait complet de la *relation médias / groupes de manifestants* est une entreprise de grande envergure, qui dépasse largement le cadre de ce travail. Parce que les éléments extérieurs comme la propriété des médias, aux États-Unis et au Canada, et la situation économique globale au sein du continent entrent en ligne de compte dans l'étude de la construction du sens du message. Pourtant il est possible, à petite échelle, de prendre

conscience de certains détails importants permettant de clore cette étude comparative de contenu. Nous pensons d'abord à l'importance politique qu'ont revêtu les Sommets des Amériques, malgré le désaccord flagrant d'acteurs internationaux quant à la légitimité de tenir ces rencontres des chefs d'État élus démocratiquement. Ensuite, certaines nuances peuvent être apportées face aux causes de l'augmentation du nombre de manifestants anti-mondialisation à Québec. Puis, la primauté de certains acteurs sur d'autres, lorsque vient le moment de la publicisation de certains enjeux dans le but de faire accepter un projet nous fait aussi réfléchir sur les processus de légitimation des médias.

Ainsi, la première conclusion à tirer concerne l'accroissement de la visibilité des groupes s'opposant à la mondialisation, au libre-échange et à la mise en place de la ZLEA, qui a été créé par la multiplication du nombre de tribunes publiques lors des nombreux Sommets qui ont eu lieu depuis 1994. Les médias étant invités à couvrir ces rencontres qui avaient lieu un peu partout sur le globe, ils ont été les premiers témoins de ces nouvelles formes de manifestations de la société civile. Tous les médias ont repris le même discours avec plus ou moins de rigueur, d'analyse et de critique, pour offrir un portrait de cette nouvelle réalité qui s'offre à la fin du XX^e siècle. Il est donc possible de constater des écarts assez importants dans l'utilisation des représentations de façon à présenter les événements s'étant déroulés lors des Sommets des Amériques. Les médias occidentaux n'ont pas hésité une seconde à présenter le phénomène et ont vite fait de le qualifier de nouveauté, comme l'indiquait Naomi Klein, en raison d'une prédominance d'un certain discours d'acteurs américains, en particulier le Président, dans les pages des journaux étudiés. Stratégie de complot ou vérité, il demeure qu'il est vrai que la principale source d'information des journalistes est les Américains et que le meneur du jeu, n'est nul autre que le gouvernement des États-Unis et les intérêts économiques qu'il soutient et qui le soutiennent.

Ce qu'il est intéressant à constater, en comparant la couverture médiatique effectuée pour le Sommet de 1994 et celui de 2001, est l'absence de concentration thématique marquée pour l'une ou l'autre des rencontres qui pourtant ont fait l'objet de centaines d'articles. Les entreprises de presse qui de prime abord semblaient intéressées par ces événements, ont offert une représentation diversifiée ou dispersée des enjeux et intérêts en présence. Les journalistes qui ne sont pas des médiateurs de l'information, mais dont le rôle consiste à favoriser le

débat, se sont transformés en instrument de diffusion globale, en proposant un discours socialement acceptable et très nuancé à propos des Sommets. Plutôt que de créer de nouvelles représentations symboliques pour les nouveaux acteurs, ils se sont servi des figures mythologiques de la culture populaire et de la syntaxe narrative familière afin d'exprimer les différents points de vue tirés de la triple problématique de la légitimité de tenir des Sommets, d'organiser des pourparlers à huis clos et d'ouvrir un grand marché continental. Il serait donc très facile de croire que les journaux, eux-mêmes entraînés dans la mondialisation de l'information, ont essayé d'orienter la pensée des lecteurs ne présentant que quelques éléments de la problématique globale afin d'articuler une représentation précise de la réalité qui est menacée par la crise engendrée par les manifestations.

Les moyens utilisés

L'ensemble de ce mémoire présente les différents moyens mis à la disposition des journalistes pour leur permettre de faire la mise en scène d'un événement. Nous avons abordé la question de la propagande, de la manipulation, de la censure démocratique, de la surinformation entraînant la désinformation, de la recherche de l'hyper-émotion et du sensationnalisme mais aussi de quelques procédés journalistiques, notamment les représentations publiques, utilisés dans l'élaboration des récits d'actualité et les discours de légitimation. Tous ces moyens visent, à susciter chez le lecteur (ou le téléspectateur) le goût de la consommation des informations allant dans le sens de la logique marchande moderne.

D'autres moyens, tels que la mainmise sur les clés de lecture de la réalité, sont suggérés par Herbert I. Schiller. Nous croyons fermement que la fabrication du consentement populaire est possible grâce au contrôle des idées, de ce que les gens doivent penser et des opinions teintées de valeurs et de préjugés. Ce contrôle, par l'entremise d'un système éducatif, le divertissement ou encore par les milieux médiatiques et politiques, se fait dans un but précis de diffusion des idées et d'une vision de la réalité teintée des valeurs et intérêts de ceux qui sont aux commandes du pouvoir. « Quand elle [l'infrastructure médiatique] fonctionne en rythme de croisière, nul besoin de consignes venant d'en haut : les Américains absorbent les images et les

messages de l'ordre dominant, qui constituent leur cadre de référence et de perception »¹³¹
 Difficile alors de se départir de ces agencements d'idées et des représentations qui viennent avec, surtout si ils sont présentés dans l'emballage du patriotisme et du sentiment d'une chance inouïe de vivre dans le pays où ils vivent.

Cet état de fait permet de prendre toute la mesure des relations entre pouvoir et journalisme, et de comprendre toute la place qu'occupe, dans l'exercice du pouvoir, le métier de journaliste en lien avec le concept de trinité énoncé par George Balandier. Elle permet aussi de reprendre la notion de cadre de référence et de perception, tout comme l'explication de l'usage de certaines stratégies médiatiques. Premièrement symbolique, avec l'utilisation des représentations publiques qui sont des explications de la réalité et des événements. Puis deuxièmement, dans une perspective constructiviste de communication politique, de reprendre l'idée de la sélection d'événements, de leur amplification, de leur catégorisation, interprétation et évaluation, qui permet de construire le sens à travers une grille de lecture qui procure les moyens de lire les événements. Le pouvoir en place, parce qu'il est aussi souvent titulaire d'une idéologie à promouvoir, à donc tout intérêt à fournir le cadre de référence et de perception à travers lequel la réalité doit être lue.

Au fil de notre réflexion sur le rôle des médias, nous devons également parler de l'utilité de l'étude des *agendas*, qui démontre un ordre d'importance accordé à certains sujets (ou thèmes) ou leur absence de la couverture médiatique, de sorte qu'elle peut influencer la perception du lecteur et l'opinion publique pour un enjeu. Ainsi, l'analyse des interactions entre des mécanismes de définition, de sélection et d'emphase médiatique sur des enjeux en particuliers, doit prendre en compte le contexte socio-politique, afin de déterminer quels choix ont été effectués par les journalistes, pour construire l'ordre de priorité des événements dans la presse écrite et à travers ce geste réussir à orienter l'opinion publique. Car si les médias peuvent être un frein à la circulation de certaines informations, ils peuvent également être un déterminant de la transmission des représentations culturelles, nous rappelle Daniel Sperber.

¹³¹ Schiller, H. I. 1999. « La fabrique des maîtres. Décervelage à l'américaine », *Le Monde Diplomatique*, août 1999, p.15.

Quand nous parlons de *représentations culturelles*, nous faisons ou nous devrions faire référence aux représentations qui sont ainsi largement distribuées dans un groupe social et qui, par la suite, l'habitent de façon durable. Les représentations culturelles ainsi conçues sont un sous-ensemble des représentations mentales et publiques qui habitent un groupe social donné.¹³²

C'est pourquoi nous avons choisi d'allier le concept d'*agenda-setting* et d'épidémiologie des représentations, à travers un travail de cadrage et de manipulation important des informations véhiculées par les médias dans l'espace public nord-américain. Il nous a été permis de constater que grâce à leur structure, les médias ont le pouvoir d'influencer un grand nombre de réalités liées aux Sommets des Amériques, en mettant de l'avant des représentations positives ou négatives et en privilégiant certains problèmes, qui remettent en cause ou non les systèmes de valeurs établis dans la société américaine et canadienne.

Il ne faudrait pas oublier ce qu'une comparaison entre quatre médias laisse transparaître concernant l'*agenda-setting* et la hiérarchisation des événements. Ce dernier concept définit bien la fièvre qui entraîne les médias à aller couvrir quelque chose ou à répéter une image parce que les autres médias lui accordent de l'importance. Vient ensuite l'impression de vérité du fait que plusieurs médias parlent d'un même sujet.

Ainsi, grâce à l'analyse de contenu que nous avons effectuée il a été possible d'observer qu'un ordre de priorité avait été privilégié par chacun des journaux et que la quantité d'information sur un même sujet variait d'un média à l'autre, et ce malgré le fait qu'ils couvraient tous les mêmes Sommets.

La place des médias dans la construction de sens d'un message à légitimer

Il y a aussi lieu de se questionner sur les médias comme éléments essentiels du système idéologique d'endoctrinement. Ainsi, selon la position du gouvernement ou la propriété de l'entreprise de presse, le journal traitera des événements d'une manière et à partir de critères différents. Nous pouvons vite démontrer qu'ils ont suivi la ligne de pensée

¹³² Sperber, D. 1996, *op.cit.*, p.50.

officielle. De plus, les médias vont se montrer intéressés à un événement que s'il y a crise, ce qui conduit à avoir une vision très réduite du reste du monde dont les plus forts abusent.

Nous pouvons certainement dire que le *Miami Herald* et le *New York Times* font partie du courant dominant et qu'ils détournent et minimisent des faits, en suivant l'exemple de la Maison Blanche. Les « méchants », depuis toujours, sont désignés en suivant les besoins du moment, toujours dans l'optique de production du consentement populaire devant les décisions du pouvoir en place, par le truchement de mises en scène des événements rapportés.

Ainsi, bien que la réalisation d'une analyse comparative de contenu nous ait permis de découvrir une certaine prédominance pour les activités et non les enjeux liés à la mondialisation, il a été impossible pour nous de dégager une tendance générale liée à l'utilisation d'une représentation particulière pour les groupes altermondialistes. Nous avons cependant remarqué que, de manière générale, la presse écrite accorde toujours beaucoup d'importance aux discours du Président américain par rapport à ceux des autres chefs d'État ou acteurs de la société civile qui étaient présents. L'analyse des quatre quotidiens nord-américains est venue confirmer l'existence de différences marquées dans la couverture de presse faite par chaque entreprise de presse. En ce sens, nous confirmons notre hypothèse initiale, voulant que la couverture médiatique offerte par la presse écrite canadienne propose un plus grand nombre d'articles traitant des enjeux culturels et sociaux, liés aux 34 pays membres et aux groupes altermondialistes, tandis que la presse américaine expose principalement les intérêts économiques américains de vouloir mettre en place la ZLÉA et que par conséquent elle propose une représentation négative des groupes faisant partie du mouvement d'opposition à la doctrine économique néo-libérale.

De plus, nous estimons que la presse canadienne n'hésite pas à publiciser des points de vue différents, en particulier les groupes altermondialistes présents à Québec en 2001 et de légitimer leurs actions, qu'elle voit comme des phénomènes légitimes de participation à la vie démocratique. En raison de l'imposition d'un nouvel ordre médiatique américain calqué sur le pouvoir de la Maison Blanche, nous croyons que la presse américaine évoque de manière négative la présence de mouvements de protestation altermondialistes, parce qu'elle les

considère comme des entraves à la démocratie, à la libéralisation économique internationale et ultimement au triomphe du modèle capitaliste américain.

Le consentement populaire dans la presse écrite américaine

La théorie associée à la construction du consentement populaire, que les gouvernements ont plus le souci de leur confort idéologique que le souci de la vérité, accrédirait davantage l'idée du recours aux stratégies de légitimation présentées dans l'analyse de contenu de la couverture médiatique des Sommet des Amériques de Miami et de Québec. Cette conception explique que les Présidents se sont toujours senti autorisés à induire en erreur le peuple américain et à garder le silence sur des choses pour eux essentielles. De plus, la tendance de l'opinion publique américaine de suivre ses dirigeants politiques au moment des crises est largement utilisée par ces derniers lorsqu'ils tentent de faire légitimer un projet. Le soutien de l'opinion publique s'accroît donc au fur et à mesure qu'il y a passage du général (idée abstraite de la prévision de manifestations d'opposition) au particulier (réaction face à des manifestations violentes et l'arrivée d'un grand nombre de manifestants). Le cas du Sommet des Amériques de Québec, en 2001, illustre très bien cette dynamique et signale bien la présence d'une manipulation et d'un montage de l'actualité par les médias qui critiquent peu les décisions politiques et l'ordre économique établi.

La couverture médiatique du Nord

En ce qui a trait à la couverture effectuée par les journaux canadiens lors du Sommet de Miami, la première chose à noter est, que ces deux entreprises de presse ont peu couvert cet événement, seulement 8 articles pour *Le Soleil* et 13 articles pour le *Globe & Mail*. Une piètre couverture pour un événement dont l'importance historique est sans équivoque, étant donné qu'il a marqué le début d'une nouvelle ère d'échanges économiques et commerciaux entre les pays du Nord et ceux du Sud et de plusieurs séries de conférences des chefs d'États des pays démocratiques des Amériques. Un sujet qui est toujours d'actualité en 2007 puisque le Sommet Ibéroaméricains des Président a eu lieu à Montevideo, en Argentine (4, 5 et 6 novembre 2006), et que les thèmes du libre-échange, de la mondialisation et du Mercosud

étaient toujours au menu des discussions, mais que peu de chefs d'états s'y sont rendus. Ainsi, l'importance de ces grandes rencontres est maintenant de second ordre devant l'ampleur des problèmes économiques et environnements auxquels doivent affronter les gouvernements et les populations de toutes les régions du globe.

Finalement...

Suite aux lectures effectuées dans le cadre de cette analyse de contenu quantitative et comparative de la couverture médiatique des Sommets des Amériques, une réflexion à long terme doit être envisagée quant à l'avenir du métier de journaliste. La nouvelle logique marchande de l'empire communicationnel pourra peut-être durer quelques décennies, mais tôt ou tard, le sentiment de malaise déjà présent dans les rédactions se mutera en contestation haute et forte. Ainsi, au nom de la vérité, la force de la presse doit être de maintenir la pression et la critique face aux hommes politiques qui, s'ils se sentent surveillés, auront plus de difficultés à cacher des données essentielles aux électeurs. De toute évidence mentionne George Balandier, la mise en scène a toujours existé, ce sont les techniques et l'usage qui ont changé...

Il est bien certain qu'un mémoire comme celui-ci nous fait découvrir plusieurs choses jusqu'alors inconnues. D'abord, notre vision de la presse écrite américaine s'est légèrement modifiée, car il est difficile de rester de marbre devant le peu de sens critique des journalistes du *Miami Herald* et du *New York Times*, face aux discours officiels. L'analyse ayant démontré des manipulations de l'information et des omissions d'éléments importants liés à certains enjeux centraux de la mondialisation économique, la mise en place de la ZLEA et les revendications des groupes anti-mondialisation et altermondialistes. On peut facilement leur adresser des reproches face à tout ce processus de construction du message à travers l'utilisation de représentations tendancieuses afin de faire briller la grandeur américaine dans la construction d'un projet de libre-échange continental. Notre manière de percevoir les médias aussi a changé que ce soit lors de l'écoute d'un bulletin d'informations internationales ou encore, dans le simple éveil à certaines mises en scène ou déclarations qui nous semblent parfois un peu trop répétées. En ce qui concerne la question de recherche secondaire posée plus haut, soit « pourquoi certaines représentations sont plus contagieuses? » Il faut

comprendre que selon les régions et les citoyens, il persiste des représentations sociales grâce aux médias. Ce sont eux, qui choisissent de répandre leurs représentations mentales et de former l'esprit des citoyens grâce à des images précises et basées sur des éléments culturels « forts » qui habitent depuis un bon moment un groupe social déterminé et circonscrit à une région précise.

Ensuite, nous comprenons peut-être davantage les ramifications des luttes politiques pour le pouvoir et tout ce qui peut-être attendu des élus qui dirigent nos destinées. C'est dans cette perspective de fin de parcours que nous avons apprécié aborder rapidement certaines réponses à une prochaine question visant les besoins de mises en scènes médiatiques par l'utilisation de représentations publiques et symboliques. En effet, il est fascinant de découvrir les méandres qui sous-tendent l'idéologie néo-libérale, les valeurs qui y sont associées et les intérêts de les protéger à tout prix. Au fond, les stratégies de légitimation et de publicisation des enjeux sociaux étudiées ici, à titre de stratégies médiatiques via les procédés journalistiques symboliques et d'écriture, sont nécessaires au maintien du pouvoir politique pour faire légitimer des projets ou des actions, et en dernière instance, leur viabilité comme pouvoir et comme défenseur d'une idéologie à promouvoir.

Nous avons également pu approfondir notre connaissance des concepts liés à l'*agenda-setting*, à la hiérarchisation des événements ou encore à l'endoctrinement des masses. Nous avons découvert, au-delà d'un simple exercice académique, des pensées et des opinions dont nous avons peut-être intuitivement connaissance, mais qui aujourd'hui font partie de notre bagage et nous fourniront les outils pour comprendre le monde. Grâce la lecture des textes de Philippe Breton, Noam Chomsky, Anne-Marie Gingras, Gaëtan Tremblay, Ignacio Ramonet et plusieurs autres, nous avons appris à faire attention à la perception des médias.

Ce que nous avons surtout appris, c'est à penser et à réfléchir à la façon dont les informations nous sont présentées et les canaux par lesquels elles nous parviennent. Nous avons donc travaillé notre esprit critique et cultivé le besoin de comparer les représentations qui nous sont offertes en Amérique du Nord comme partout ailleurs, afin de devenir un meilleur citoyen et un lecteur averti.

BIBLIOGRAPHIE

ALBERT, P. et LETEINTURIER, C. 1999. Les médias dans le monde : enjeux internationaux et diversités nationales. Paris : Ellipses.

BARDIN, L. 1998. L'analyse de contenu. Paris, Presses de l'Université de France, coll. : «Le Psychologue».

BAUTIER, R. 1984. Analyser des pratiques langagières en situations de communication, Paris : Didier Érudition.

BAUTIER, R. 1984.. « Sur le journalisme : des règles d'écriture aux représentations de la communication journalistique », *Études de linguistique appliquée*, no 53, p. 79-92.

BAUTIER, R. et CAZENAVE, É. 2000. Les Origines d'une conception moderne de la communication : gouverner l'opinion au XIX^e siècle, Coll. « La communication en plus », (dirigée par Bernard Miège), Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.

BERGMAN, D. 1989. «La fonction d'agenda: une problématique en devenir» *Hermès*, no4: le nouvel espace public.

BERTRAND, C. J. 2000. « Les modèles étasuniens à craindre? », In Variations sur l'influence culturelle américaine, Ste-Foy : Presses de l'Université Laval.

BRETON, P. 1997. La Parole manipulée, Montréal : Éditions Boréal, 220p.

BRETON, P. et PROULX, S. 2002. L'Explosion de la communication à l'Aube du XXI^e siècle, Montréal, Éditions du Boréal.

BRIN, C., CHARRON, J. et de BONVILLE, J. 2004. Nature et transformation du journalisme : Théories et recherches empiriques, Ste-Foy : Presses de l'Université Laval.

BRODEUR, M. et HENRICHON, P. 2001. « Un Sommet déjà discrédité », *Le Monde Diplomatique* sur Internet, Avril 2001, p.8.

BRUNELLE, D. 2003. Dérive globale, Montréal : Boréal, 2003.

CAMERON, D.R. et GROSS STEIN, J. 2003. Contestation et Mondialisation : repenser la culture et la communication, Montréal : Presses de l'Université de Montréal.

CASTELLS, M. 1998. La Société en réseaux, Fayard, Paris.

CAYROL, R. 1997. Médias et Démocratie : la dérive, Paris : Presse de Sciences Po.

- CHAR, A. 1999. La guerre mondiale de l'information, Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec.
- CHIRARA, M. 2002. « Naomi Klein Gets Global », Alternet. En-ligne à www.globalpolicy.org/globaliz/define/0925klein.htm [visité le 4 avril 2005].
- CHOMSKY, N. et McCHESNEY R.W. 2000. Propagande, médias et démocratie (traduit de l'anglais par Lyria Arcal), Montréal : Éditions Écosociété.
- CORDELLIER, S. 2000. La Mondialisation au-delà des mythes, Paris : La Découverte & Syros.
- DAGENAIS, B. 1999. «Les relations publiques véritables instruments de démocratie», *Communication*, vol. 23, no1, p.19-41.
- DEARING, J. 1996. Agenda-Setting, Thousand Oaks : Sage.
- DE LA HAYE, Y. 1984. Dissonances critique de la communication, Aubenas d'Ardèche : La Pensée sauvage.
- EMKE, I. 2000. «Agents and Structures: Journalists and the Constraints on AIDS Coverage», *Canadian Journal of Communication*, vol.25, no.3, 325-345.
- FUNKHOUSER, G.R. 1973. «The Issues of the Sixties : an Exploratory Study in the Dynamics of Public Opinion». *Public Opinion Quarterly*, no 37, p.62-75.
- GANDY, O. H. 1982. Beyond Agenda-Setting : information subsidies and public policy, Norwood : Ablex.
- GINGRAS, A-M. 2004. La communication politique : État des savoirs, enjeux et perspectives, Ste-Foy : Presses de l'Université du Québec.
- . 1999. Médias et démocratie : Le Grand malentendu. Sainte-Foy : Presses de l'Université Laval.
- . 1995. «Les médias comme espace public : enquête auprès de journalistes québécois», *Communication*, vol.16, no 2, p.20-28. (collaboration Jean-Pierre Carrier)
- GRAWITZ, M. 1981. Méthodes en sciences sociales, Paris : Dalloz, cinquième édition, 1102 pages : p.644 à 689 (dans chapitre II : «Les méthodes et techniques d'étude de document»).
- HJARVARD, S. 2001. News in Globalized Society, Goteborg : Nordicom.
- KLEIN, N. 2000. No Logo: Taking Aim at the Brand Bullies, New York : Picador.
- . 2002. Fences and Windows: Dispatches from the Front Lines of the Globalization Debate, London : Flamingo.

KLINE, S. 2000. « Les Informations télévisées », *Communication-information*, vol.4, no.3, p.145.

LABELLE, M. 2001. Mise en scène du politique : le cas de la mise en scène de l'«Opération Renard du Désert» dans le Washington Post en 1998, Mémoire de maîtrise en communication (Université du Québec à Montréal), 152 feuillets.

LAFHEY, M. et WELDES, J. 2004., « Anti-globalization protest and the future of Democracy », *Democracy and Globalization*, (sous la direction de Charles Nieman), Kent State University Press.

LAZAR, J. 2001. « Les médias dans la construction de la réalité », *Communication*, vol 20, no2, p.66 à 80.

L'ÉCUYER, R. 1988. «L'analyse de contenu : notion et étapes ». Les méthodes de la recherche qualitative. (dir.) Jean-Pierre Deslauriers. Québec : Presses de L'université du Québec, 153 pages : p.49-65.

LITS, M. 1996. « Personne privée, personnage public », *Communication*, vol 20 no2, 2001, Éditions Nota Bene, Québec, p.9-21.

LEMPEN, B. 1994. « Le droit à l'information », *Information et pouvoir*. Essai sur le sens de l'information et son enjeu politique. Lausanne : L'âge de l'homme, pp.109-128.

MICHALET, C.-A. 2004. Qu'est-ce que la mondialisation ?, Paris, Éditions La Découverte.

MATTELART, A. 1996. La mondialisation de la communication, Paris : Presses universitaires de France.

_____. 1995. Histoires des théories de la communication. Paris : Éditions La Découverte.

MATTELART, A. et TREMBLAY, G. 2003. 2001 Bagues Globalisme et Pluralisme : Communication, démocratie et globalisation, Ste-Foy : Presse de l'Université Laval.

MIÈGE, B. et TREMBLAY, G. 2003. 2001 Bagues Globalisme et Pluralisme : TIC et société, Ste-Foy : Presse de l'Université Laval.

MONIÈRE, D. 1999. Démocratie médiatique et représentation politique. Analyse comparative de 4 journaux télévisés : Radio-Canada, France 2, RTBF (Belgique) et TSR (Suisse), Montréal : Presses de l'Université de Montréal, coll. «Politique et économie».

MOREAU DEFARGES, P. 1997. La Mondialisation, Paris : Presses Universitaires de France, Édition Que sais-je?.

PAILLART, I. 1995. L'espace public et l'emprise de la communication, Grenoble, Ellug.

- PÉTRELLA, R. 1997. Les Écueils de la mondialisation, Montréal : Fidès.
- PRATTE, A. 2000. Les oiseaux de malheurs : Essai sur les médias d'aujourd'hui, Montréal: Vlb Éditeur.
- PUNGENTE, J. 1989. «Eight Key Concepts for Media Literacy» Media Literacy Resource Guide (dir. S.J. Barry Duncan et al.), Ontario Ministry of Education, Toronto, Canada.
- RAMONET, I. 1998. « Leçons d'une non-guerre », *Le Monde Diplomatique* sur Internet, Mars 1998.
- . 1999. La tyrannie de l'information, Paris : Éditions Galilée.
- SCHILLER, H. I. 1999. « La fabrique des maîtres. Décervelage à l'américaine », *Le Monde Diplomatique*, août 1999, p.15.
- SORMANY, P. 1990. Le métier de journaliste : guide des outils et des pratiques du journalisme au Québec, Montréal, Boréal.
- SPERBER, D. 1996. La Contagion des idées : théorie naturaliste de la culture, Paris : Éditions Odile Jacob.
- THÉORÊT, Y. 2002. «La concentration et la propriété mixte des entreprises culturelles et des médias d'information au Canada», *Communication*, vol.21, no2. hiver/printemps, Éditions Nota Bene, Québec, p.113-135.
- TREMBLAY, G. (dir. publ.). 2003. «Entre réseaux et sommets. Enjeux de la régulation à l'ère de la globalisation» 2001 Bogues Globalisme et pluralisme : 1 Tic et Société, Ste-Foy : Presses de l'université Laval.
- WALTON, J. et SEDDON, D. 1994. Free Markets and Food Riots: The Politics of Global Adjustment, Oxford : Blackwell.
- WILLET, G. 1992. «Le modèle de McCombs et Shaw», Communication modélisée : une introduction au concepts, aux modèles et aux théories. Montréal : Éditions du renouveau, pp.470-473.
- WOLTON, D. 2003. L'autre mondialisation. Paris : Flammarion.
- . 1997. Penser la communication Paris : Flammarion.
- . 1991. War Game. L'information et la guerre, Paris : Flammarion.

WOODROFFE, J. et ELLIS-JONES, M. 2001. « States of Unrest: Resistance to IMF Policies in Poor Countries », World Development Movement Report. September 2000 (revised January 2001). En ligne à www.wdm.org.uk/cambriefs/debt/unrest.htm [visité le 10 Décembre 2004].

WOODROW, A. 1990. Information, Manipulation, Paris :  ditions du F lin.

ZECCHINI, L. 1994. « La fin du sommet de Miami Les Amériques : un marché de 850 millions de consommateurs » *Le Monde*, 13 décembre, p. 23.